

**"LE DONAZIONI DI FINE ANNO"****TAB.1 DONAZIONI EFFETTUATE NEL PERIODO OTTOBRE-DICEMBRE 2013**

(VALORI PERCENTUALI)

	Gennaio 2010	Gennaio 2011	Gennaio 2012	Febbraio 2013	Gennaio 2014	Differenza 2014- 2013
<i>In occasione del recente periodo di festività natalizie (o comunque da ottobre a fine anno) ha fatto una o più donazioni ad organizzazioni di volontariato ed enti non profit?</i>						
Sì	49	38	33	35	38	3
No	51	62	67	65	62	-3
<b>Totale</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>-</b>


 Fonte: IPR Marketing
**TAB.1.1 DONAZIONI EFFETTUATE NEL PERIODO OTTOBRE-DICEMBRE 2013**

(VALORI PERCENTUALI)

	Totale Campione	Area di Residenza		
		Nord	Centro	Sud e Isole
<i>In occasione del recente periodo di festività natalizie (o comunque da ottobre a fine anno) ha fatto una o più donazioni ad organizzazioni di volontariato ed enti non profit?</i>				
Sì	38	43	39	29
No	62	57	61	71
<b>Totale</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>


 Fonte: IPR Marketing
**TAB.1.2 DONAZIONI EFFETTUATE NEL PERIODO OTTOBRE-DICEMBRE 2013**

(VALORI PERCENTUALI)

	Totale Campione	Eta'		
		18 - 34	35 - 54	55 e oltre
<i>In occasione del recente periodo di festività natalizie (o comunque da ottobre a fine anno) ha fatto una o più donazioni ad organizzazioni di volontariato ed enti non profit?</i>				
Sì	38	35	20	56
No	62	65	80	44
<b>Totale</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>


 Fonte: IPR Marketing
**TAB.1.3 DONAZIONI EFFETTUATE NEL PERIODO OTTOBRE-DICEMBRE 2013**

(VALORI PERCENTUALI)

	Totale Campione	Sesso	
		Maschi	Femmine
<i>In occasione del recente periodo di festività natalizie (o comunque da ottobre a fine anno) ha fatto una o più donazioni ad organizzazioni di volontariato ed enti non profit?</i>			
Sì	38	35	41
No	62	65	59
<b>Totale</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>


 Fonte: IPR Marketing

## "LE DONAZIONI DI FINE ANNO"

TAB.2 DONAZIONI EFFETTUATE NELLO STESSO PERIODO DEL 2012

(VALORI PERCENTUALI)

	Gennaio 2011	Gennaio 2012	Febbraio 2013	Gennaio 2014	Differenza 2014- 2013
<i>Nello stesso periodo del 2012 aveva fatto una donazione?</i>					
Sì	45	49	49	53	4
No	55	51	51	47	-4
<b>Totale</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>-</b>


 Fonte: IPR Marketing

TAB.2.1 DONAZIONI EFFETTUATE NELLO STESSO PERIODO DEL 2012

(VALORI PERCENTUALI)

	Totale Campione	Area di Residenza		
		Nord	Centro	Sud e Isole
<i>Nello stesso periodo del 2012 aveva fatto una donazione?</i>				
Sì	53	60	39	52
No	47	40	61	48
<b>Totale</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>


 Fonte: IPR Marketing

TAB.2.2 DONAZIONI EFFETTUATE NELLO STESSO PERIODO DEL 2012

(VALORI PERCENTUALI)

	Totale Campione	Eta'		
		18 - 34	35 - 54	55 e oltre
<i>Nello stesso periodo del 2012 aveva fatto una donazione?</i>				
Sì	53	41	43	71
No	47	59	57	29
<b>Totale</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>


 Fonte: IPR Marketing

TAB.2.3 DONAZIONI EFFETTUATE NELLO STESSO PERIODO DEL 2012

(VALORI PERCENTUALI)

	Totale Campione	Sesso	
		Maschi	Femmine
<i>Nello stesso periodo del 2012 aveva fatto una donazione?</i>			
Sì	53	59	48
No	47	41	52
<b>Totale</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>


 Fonte: IPR Marketing

## "LE DONAZIONI DI FINE ANNO"

TAB.3 I BENEFICIARI DELLE DONAZIONI TRA IL 2012 E IL 2013

(VALORI PERCENTUALI)

	Gennaio 2011	Gennaio 2012	Febbraio 2013	Gennaio 2014	Differenza 2014- 2013
<i>L'organizzazione o le organizzazioni beneficiate sono le stesse dello scorso anno o sono cambiate?</i>					
Sono le stesse	82	76	85	86	1
Sono cambiate	18	23	11	11	0
Non ricorda	0	1	4	3	-1
<b>Totale</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>-</b>

La domanda è stata posta solo a chi ha effettuato donazioni sia nel 2012 che nel 2013


 Fonte: IPR Marketing

TAB.3.1 I BENEFICIARI DELLE DONAZIONI TRA IL 2012 E IL 2013

(VALORI PERCENTUALI)

	Totale Campione	Area di Residenza		
		Nord	Centro	Sud e Isole
<i>L'organizzazione o le organizzazioni beneficiate sono le stesse dello scorso anno o sono cambiate?</i>				
Sono le stesse	86	91	98	69
Sono cambiate	11	6	1	27
Non ricorda	3	3	1	4
<b>Totale</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

La domanda è stata posta solo a chi ha effettuato donazioni sia nel 2012 che nel 2013


 Fonte: IPR Marketing

TAB.3.2 I BENEFICIARI DELLE DONAZIONI TRA IL 2012 E IL 2013

(VALORI PERCENTUALI)

	Totale Campione	Eta'		
		18 - 34	35 - 54	55 e oltre
<i>L'organizzazione o le organizzazioni beneficiate sono le stesse dello scorso anno o sono cambiate?</i>				
Sono le stesse	86	60	77	97
Sono cambiate	11	38	16	1
Non ricorda	3	2	7	2
<b>Totale</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

La domanda è stata posta solo a chi ha effettuato donazioni sia nel 2012 che nel 2013


 Fonte: IPR Marketing

TAB.3.3 I BENEFICIARI DELLE DONAZIONI TRA IL 2012 E IL 2013

(VALORI PERCENTUALI)

	Totale Campione	Sesso	
		Maschi	Femmine
<i>L'organizzazione o le organizzazioni beneficiate sono le stesse dello scorso anno o sono cambiate?</i>			
Sono le stesse	86	79	93
Sono cambiate	11	16	6
Non ricorda	3	5	1
<b>Totale</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

La domanda è stata posta solo a chi ha effettuato donazioni sia nel 2012 che nel 2013


 Fonte: IPR Marketing

## "LE DONAZIONI DI FINE ANNO"

TAB.4 L'IMPORTO DELLA DONAZIONE (2013)

(VALORI PERCENTUALI)

	Gennaio 2010	Gennaio 2011	Gennaio 2012	Febbraio 2013	Gennaio 2014	Differenza 2014- 2013
<i>Complessivamente in quale fascia di importo si colloca la sua/le sue donazione/i?</i>						
Fino a 20 euro	38	46	46	41	33	-8
Fra i 21 e i 50 euro	28	16	26	24	34	10
Fra i 51 ed i 100 euro	14	27	18	22	19	-3
Fra i 101 e i 200 euro	16	7	4	10	6	-4
Fra i 201 e i 500 euro	3	3	5	2	6	4
Più di 500 euro	1	1	1	1	2	1
<b>Totale</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>-</b>

La domanda viene posta a chi ha effettuato donazioni nel periodo ottobre-dicembre 2013

 Fonte: IPR Marketing

TAB.4.1 L'IMPORTO DELLA DONAZIONE (2013)

(VALORI PERCENTUALI)

	Totale Campione	Area di Residenza		
		Nord	Centro	Sud e Isole
<i>Complessivamente in quale fascia di importo si colloca la sua/le sue donazione/i?</i>				
Fino a 20 euro	33	36	29	32
Fra i 21 e i 50 euro	34	27	42	36
Fra i 51 ed i 100 euro	19	19	26	13
Fra i 101 e i 200 euro	6	10	1	3
Fra i 201 e i 500 euro	6	7	1	10
Più di 500 euro	2	1	1	6
<b>Totale</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

La domanda viene posta a chi ha effettuato donazioni nel periodo ottobre-dicembre 2013

 Fonte: IPR Marketing

TAB.4.2 L'IMPORTO DELLA DONAZIONE (2013)

(VALORI PERCENTUALI)

	Totale Campione	Eta'		
		18 - 34	35 - 54	55 e oltre
<i>Complessivamente in quale fascia di importo si colloca la sua/le sue donazione/i?</i>				
Fino a 20 euro	33	26	45	31
Fra i 21 e i 50 euro	34	48	21	33
Fra i 51 ed i 100 euro	19	17	24	17
Fra i 101 e i 200 euro	6	7	1	7
Fra i 201 e i 500 euro	6	1	8	9
Più di 500 euro	2	1	1	3
<b>Totale</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

La domanda viene posta a chi ha effettuato donazioni nel periodo ottobre-dicembre 2013

 Fonte: IPR Marketing

## "LE DONAZIONI DI FINE ANNO"

TAB.4.3 L'IMPORTO DELLA DONAZIONE (2013)

(VALORI PERCENTUALI)

	Totale Campione	Sesso	
		Maschi	Femmine
<i>Completivamente in quale fascia di importo si colloca la sua/le sue donazione/i?</i>			
Fino a 20 euro	33	34	33
Fra i 21 e i 50 euro	34	31	36
Fra i 51 ed i 100 euro	19	28	10
Fra i 101 e i 200 euro	6	1	10
Fra i 201 e i 500 euro	6	5	7
Più di 500 euro	2	1	4
<b>Totale</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

La domanda viene posta a chi ha effettuato donazioni nel periodo ottobre-dicembre 2013

 Fonte: IPR Marketing

## "LE DONAZIONI DI FINE ANNO"

TAB.5 L'IMPORTO DELLA DONAZIONE 2013 RISPETTO A QUELLA DEL 2012

(VALORI PERCENTUALI)

	Gennaio 2010	Gennaio 2011	Gennaio 2012	Febbraio 2013	Gennaio 2014	Differenza 2014- 2013
<i>Rispetto allo stesso periodo del 2012, complessivamente l'importo della sua donazione quest'anno è stato:</i>						
Più alto	17	7	14	9	8	-1
Più basso	7	8	8	20	11	-9
Della stessa entità	76	82	76	69	80	11
Non sa	0	3	2	2	1	-1
<b>Totale</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>-</b>

La domanda è stata posta solo a chi ha effettuato donazioni sia nel 2012 che nel 2013

 Fonte: IPR Marketing

TAB.5.1 L'IMPORTO DELLA DONAZIONE 2013 RISPETTO A QUELLA DEL 2012

(VALORI PERCENTUALI)

	Totale Campione	Area di Residenza		
		Nord	Centro	Sud e Isole
<i>Rispetto allo stesso periodo del 2012, complessivamente l'importo della sua donazione quest'anno è stato:</i>				
Più alto	8	4	1	19
Più basso	11	10	25	3
Della stessa entità	80	85	72	77
Non sa	1	1	2	1
<b>Totale</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

La domanda è stata posta solo a chi ha effettuato donazioni sia nel 2012 che nel 2013

 Fonte: IPR Marketing

TAB.5.2 L'IMPORTO DELLA DONAZIONE 2013 RISPETTO A QUELLA DEL 2012

(VALORI PERCENTUALI)

	Totale Campione	Eta'		
		18 - 34	35 - 54	55 e oltre
<i>Rispetto allo stesso periodo del 2012, complessivamente l'importo della sua donazione quest'anno è stato:</i>				
Più alto	8	37	1	1
Più basso	11	13	3	15
Della stessa entità	80	48	95	83
Non sa	1	2	1	1
<b>Totale</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

La domanda è stata posta solo a chi ha effettuato donazioni sia nel 2012 che nel 2013

 Fonte: IPR Marketing

TAB.5.3 L'IMPORTO DELLA DONAZIONE 2013 RISPETTO A QUELLA DEL 2012

(VALORI PERCENTUALI)

	Totale Campione	Sesso	
		Maschi	Femmine
<i>Rispetto allo stesso periodo del 2012, complessivamente l'importo della sua donazione quest'anno è stato:</i>			
Più alto	8	11	4
Più basso	11	2	21
Della stessa entità	80	86	74
Non sa	1	1	1
<b>Totale</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

La domanda è stata posta solo a chi ha effettuato donazioni sia nel 2012 che nel 2013

 Fonte: IPR Marketing

## "LE DONAZIONI DI FINE ANNO"

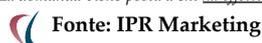
## "LE DONAZIONI DI FINE ANNO"

TAB.6 MOTIVI DELLA MINORE/MANCATA DONAZIONE

(VALORI PERCENTUALI)

	Gennaio 2010	Gennaio 2011	Gennaio 2012	Febbraio 2013	Gennaio 2014	Differenza 2014- 2013
<i>Il fatto che quest'anno ha donato di meno o non ha donato affatto è dovuto a...</i>						
Minore disponibilità economica	66	59	64	73	58	-15
Motivi di altro genere	27	29	32	22	30	8
Non sa	7	12	4	5	12	7
<b>Totale</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>		-

La domanda viene posta a chi ha effettuato donazioni inferiori rispetto al 2012 o non ne ha effettuate nel 2013



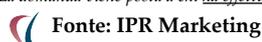
Fonte: IPR Marketing

TAB.6.1 MOTIVI DELLA MINORE/MANCATA DONAZIONE

(VALORI PERCENTUALI)

	Totale Campione	Area di Residenza		
		Nord	Centro	Sud e Isole
<i>Il fatto che quest'anno ha donato di meno o non ha donato affatto è dovuto a...</i>				
Minore disponibilità economica	58	46	80	54
Motivi di altro genere	30	25	18	43
Non sa	12	29	2	3
<b>Totale</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

La domanda viene posta a chi ha effettuato donazioni inferiori rispetto al 2012 o non ne ha effettuate nel 2013



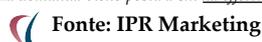
Fonte: IPR Marketing

TAB.6.2 MOTIVI DELLA MINORE/MANCATA DONAZIONE

(VALORI PERCENTUALI)

	Totale Campione	Eta'		
		18 - 34	35 - 54	55 e oltre
<i>Il fatto che quest'anno ha donato di meno o non ha donato affatto è dovuto a...</i>				
Minore disponibilità economica	58	18	68	71
Motivi di altro genere	30	59	31	10
Non sa	12	23	1	19
<b>Totale</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

La domanda viene posta a chi ha effettuato donazioni inferiori rispetto al 2012 o non ne ha effettuate nel 2013



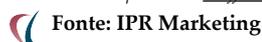
Fonte: IPR Marketing

TAB.6.3 MOTIVI DELLA MINORE/MANCATA DONAZIONE

(VALORI PERCENTUALI)

	Totale Campione	Sesso	
		Maschi	Femmine
<i>Il fatto che quest'anno ha donato di meno o non ha donato affatto è dovuto a...</i>			
Minore disponibilità economica	58	30	89
Motivi di altro genere	30	47	10
Non sa	12	23	1
<b>Totale</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

La domanda viene posta a chi ha effettuato donazioni inferiori rispetto al 2012 o non ne ha effettuate nel 2013



Fonte: IPR Marketing

## "LE DONAZIONI DI FINE ANNO"

TAB.7 MODALITA' DI DONAZIONE (2013)

(VALORI PERCENTUALI)

	Gennaio 2010	Gennaio 2011	Gennaio 2012	Febbraio 2013	Gennaio 2014	Differenza 2014- 2013
<i>Rispetto alla donazione di quest'anno, che modalità di donazione ha scelto? (Possibili più risposte)</i>						
Contanti	32	34	34	32	36	4
Bonifico bancario	6	13	13	16	33	17
Bollettino postale	48	28	34	39	30	-9
Telefono/SMS	46	30	33	22	25	3
Via internet (carta di credito, etc...)	10	8	5	6	12	6
Altro	8	9	13	7	5	-2

La domanda viene posta a chi ha effettuato donazioni nel periodo ottobre-dicembre 2013

 Fonte: IPR Marketing

TAB.7.1 MODALITA' DI DONAZIONE (2013)

(VALORI PERCENTUALI)

	Totale Campione	Area di Residenza		
		Nord	Centro	Sud e Isole
<i>Rispetto alla donazione di quest'anno, che modalità di donazione ha scelto? (Possibili più risposte)</i>				
Contanti	36	40	26	34
Bonifico bancario	33	34	23	37
Bollettino postale	30	31	22	35
Telefono/SMS	25	25	43	10
Via internet (carta di credito, etc...)	12	3	42	9
Altro	5	6	1	7

La domanda viene posta a chi ha effettuato donazioni nel periodo ottobre-dicembre 2013

 Fonte: IPR Marketing

TAB.7.2 MODALITA' DI DONAZIONE (2013)

(VALORI PERCENTUALI)

	Totale Campione	Eta'		
		18 - 34	35 - 54	55 e oltre
<i>Rispetto alla donazione di quest'anno, che modalità di donazione ha scelto? (Possibili più risposte)</i>				
Contanti	36	70	40	19
Bonifico bancario	33	18	44	34
Bollettino postale	30	26	7	42
Telefono/SMS	25	35	5	29
Via internet (carta di credito, etc...)	12	23	6	10
Altro	5	1	8	5

La domanda viene posta a chi ha effettuato donazioni nel periodo ottobre-dicembre 2013

 Fonte: IPR Marketing

## "LE DONAZIONI DI FINE ANNO"

TAB.7.3 MODALITA' DI DONAZIONE (2013)

(VALORI PERCENTUALI)

	Totale Campione	Sesso	
		Maschi	Femmine
<i>Rispetto alla donazione di quest'anno, che modalità di donazione ha scelto? (Possibili più risposte)</i>			
Contanti	36	36	36
Bonifico bancario	33	23	41
Bollettino postale	30	36	25
Telefono/SMS	25	29	21
Via internet (carta di credito, etc...)	12	3	20
Altro	5	10	1

La domanda viene posta a chi ha effettuato donazioni nel periodo ottobre-dicembre 2013

 Fonte: IPR Marketing

## "LE DONAZIONI DI FINE ANNO"

TAB.8 SETTORI AI QUALI E' STATA FATTA LA DONAZIONE (2013)

(VALORI PERCENTUALI)

	Gennaio 2010	Gennaio 2011	Gennaio 2012	Febbraio 2013	Gennaio 2014	Differenza 2014- 2013
<i>Quale tra questi settori ha privilegiato come beneficiario della sua donazione? (Possibili più risposte)</i>						
Aiuto all'infanzia e adozioni a distanza	18	27	28	20	37	17
Cause umanitarie e aiuto ai Paesi poveri	41	32	49	30	34	4
Onlus sanitarie e assistenziali	17	27	29	36	33	-3
Ricerca scientifica	49	37	43	37	32	-5
Attività a favore degli anziani	8	6	2	2	8	6
Organizzazioni di tutela ambientale	5	7	10	1	3	2
Organizzazioni per lo sport e il tempo libero	-	-	1	1	2	1
Organizzazioni per la cultura e i beni artistici	1	6	4	2	1	-1
Altre organizzazioni non profit	14	15	18	21	16	-5

La domanda viene posta a chi ha effettuato donazioni nel periodo ottobre-dicembre 2013

 Fonte: IPR Marketing

TAB.8.1 SETTORI AI QUALI E' STATA FATTA LA DONAZIONE (2013)

(VALORI PERCENTUALI)

	Totale Campione	Area di Residenza		
		Nord	Centro	Sud e Isole
<i>Quale tra questi settori ha privilegiato come beneficiario della sua donazione? (Possibili più risposte)</i>				
Aiuto all'infanzia e adozioni a distanza	37	47	12	37
Cause umanitarie e aiuto ai Paesi poveri	34	26	49	36
Onlus sanitarie e assistenziali	33	28	42	35
Ricerca scientifica	32	27	35	38
Attività a favore degli anziani	8	6	25	1
Organizzazioni di tutela ambientale	3	1	1	10
Organizzazioni per lo sport e il tempo libero	2	4	1	1
Organizzazioni per la cultura e i beni artistici	1	1	2	1
Altre organizzazioni non profit	16	22	1	16

La domanda viene posta a chi ha effettuato donazioni nel periodo ottobre-dicembre 2013

 Fonte: IPR Marketing

TAB.8.2 SETTORI AI QUALI E' STATA FATTA LA DONAZIONE (2013)

(VALORI PERCENTUALI)

	Totale Campione	Eta'		
		18 - 34	35 - 54	55 e oltre
<i>Quale tra questi settori ha privilegiato come beneficiario della sua donazione? (Possibili più risposte)</i>				
Aiuto all'infanzia e adozioni a distanza	37	42	39	34
Cause umanitarie e aiuto ai Paesi poveri	34	55	18	30
Onlus sanitarie e assistenziali	33	30	31	34
Ricerca scientifica	32	28	32	33
Attività a favore degli anziani	8	1	16	8
Organizzazioni di tutela ambientale	3	1	1	6
Organizzazioni per lo sport e il tempo libero	2	7	1	1
Organizzazioni per la cultura e i beni artistici	1	2	1	1
Altre organizzazioni non profit	16	9	2	25

La domanda viene posta a chi ha effettuato donazioni nel periodo ottobre-dicembre 2013

 Fonte: IPR Marketing

## "LE DONAZIONI DI FINE ANNO"

TAB.8.3 SETTORI AI QUALI E' STATA FATTA LA DONAZIONE (2013)

(VALORI PERCENTUALI)

	Totale Campione	Sesso	
		Maschi	Femmine
<i>Quale tra questi settori ha privilegiato come beneficiario della sua donazione? (Possibili più risposte)</i>			
Aiuto all'infanzia e adozioni a distanza	37	32	41
Cause umanitarie e aiuto ai Paesi poveri	34	23	43
Onlus sanitarie e assistenziali	33	27	38
Ricerca scientifica	32	42	23
Attività a favore degli anziani	8	10	7
Organizzazioni di tutela ambientale	3	2	4
Organizzazioni per lo sport e il tempo libero	2	4	1
Organizzazioni per la cultura e i beni artistici	1	1	1
Altre organizzazioni non profit	16	21	11

La domanda viene posta a chi ha effettuato donazioni nel periodo ottobre-dicembre 2013

 Fonte: IPR Marketing

**"LE DONAZIONI DI FINE ANNO"****TAB.9 SCELTA DELLA ONLUS BENEFICIARIA DELLA DONAZIONE (20132)**

(VALORI PERCENTUALI)

	Gennaio 2010	Gennaio 2011	Gennaio 2012	Febbraio 2013	Gennaio 2014	Differenza 2014- 2013
<i>Come ha scelto la Onlus/Associazione beneficiaria? (Possibili più risposte)</i>						
Conoscenza diretta	48	49	41	54	59	5
Campagna pubblicitaria sui media	20	34	26	20	19	-1
Tramite passaparola	7	8	5	7	16	9
Campagna pubblicitaria ricevuta via posta	24	15	21	23	12	-11
Eventi di piazza	7	7	12	8	12	4
Segnalazione dell'azienda o ente di appartenenza	2	7	7	8	4	-4
Altro	16	11	12	5	12	7

La domanda viene posta a chi ha effettuato donazioni nel periodo ottobre-dicembre 2013


**Fonte: IPR Marketing**
**TAB.9.1 SCELTA DELLA ONLUS BENEFICIARIA DELLA DONAZIONE (2013)**

(VALORI PERCENTUALI)

	Totale Campione	Area di Residenza		
		Nord	Centro	Sud e Isole
<i>Come ha scelto la Onlus/Associazione beneficiaria? (Possibili più risposte)</i>				
Conoscenza diretta	59	70	69	28
Campagna pubblicitaria sui media	19	6	21	44
Tramite passaparola	16	15	31	6
Campagna pubblicitaria ricevuta via posta	12	9	7	22
Eventi di piazza	12	7	26	12
Segnalazione dell'azienda o ente di appartenenza	4	7	1	3
Altro	12	15	2	16

La domanda viene posta a chi ha effettuato donazioni nel periodo ottobre-dicembre 2013


**Fonte: IPR Marketing**
**TAB.9.2 SCELTA DELLA ONLUS BENEFICIARIA DELLA DONAZIONE (2013)**

(VALORI PERCENTUALI)

	Totale Campione	Eta'		
		18 - 34	35 - 54	55 e oltre
<i>Come ha scelto la Onlus/Associazione beneficiaria? (Possibili più risposte)</i>				
Conoscenza diretta	59	52	64	60
Campagna pubblicitaria sui media	19	21	20	18
Tramite passaparola	16	23	9	16
Campagna pubblicitaria ricevuta via posta	12	16	20	7
Eventi di piazza	12	23	1	13
Segnalazione dell'azienda o ente di appartenenza	4	12	1	2
Altro	12	18	7	11

La domanda viene posta a chi ha effettuato donazioni nel periodo ottobre-dicembre 2013


**Fonte: IPR Marketing**

## "LE DONAZIONI DI FINE ANNO"

TAB.9.3 SCELTA DELLA ONLUS BENEFICIARIA DELLA DONAZIONE (2013)

(VALORI PERCENTUALI)

	Totale Campione	Sesso	
		Maschi	Femmine
<i>Come ha scelto la Onlus/Associazione beneficiaria? (Possibili più risposte)</i>			
Conoscenza diretta	59	74	46
Campagna pubblicitaria sui media	19	21	17
Tramite passaparola	16	12	19
Campagna pubblicitaria ricevuta via posta	12	13	11
Eventi di piazza	12	2	21
Segnalazione dell'azienda o ente di appartenenza	4	2	6
Altro	12	9	15

La domanda viene posta a chi ha effettuato donazioni nel periodo ottobre-dicembre 2013

 Fonte: IPR Marketing

## "LE DONAZIONI DI FINE ANNO"

TAB.10 DEDUCIBILITA' FISCALE DELLA DONAZIONE (2013)

(VALORI PERCENTUALI)

	Gennaio 2010	Gennaio 2011	Gennaio 2012	Febbraio 2013	Gennaio 2014	Differenza 2014- 2013
Potrebbe dirmi se la sua scelta di donare è stata incoraggiata anche dalla deducibilità della donazione o se l'aspetto fiscale per lei è del tutto ininfluyente?						
Sì, è stata incoraggiata	14	7	11	16	14	-2
No, l'aspetto fiscale è del tutto ininfluyente	83	91	84	82	82	0
Non sa	3	2	5	2	4	2
<b>Totale</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>-</b>

La domanda viene posta a chi ha effettuato donazioni nel periodo ottobre-dicembre 2013


 Fonte: IPR Marketing

TAB.10.1 DEDUCIBILITA' FISCALE DELLA DONAZIONE (2013)

(VALORI PERCENTUALI)

	Totale Campione	Area di Residenza		
		Nord	Centro	Sud e Isole
Potrebbe dirmi se la sua scelta di donare è stata incoraggiata anche dalla deducibilità della donazione o se l'aspetto fiscale per lei è del tutto ininfluyente?				
Sì, è stata incoraggiata	14	9	21	15
No, l'aspetto fiscale è del tutto ininfluyente	82	90	64	84
Non sa	4	1	15	1
<b>Totale</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

La domanda viene posta a chi ha effettuato donazioni nel periodo ottobre-dicembre 2013


 Fonte: IPR Marketing

TAB.10.2 DEDUCIBILITA' FISCALE DELLA DONAZIONE (2013)

(VALORI PERCENTUALI)

	Totale Campione	Eta'		
		18 - 34	35 - 54	55 e oltre
Potrebbe dirmi se la sua scelta di donare è stata incoraggiata anche dalla deducibilità della donazione o se l'aspetto fiscale per lei è del tutto ininfluyente?				
Sì, è stata incoraggiata	14	18	16	9
No, l'aspetto fiscale è del tutto ininfluyente	82	81	69	90
Non sa	4	1	15	1
<b>Totale</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

La domanda viene posta a chi ha effettuato donazioni nel periodo ottobre-dicembre 2013


 Fonte: IPR Marketing

TAB.10.3 DEDUCIBILITA' FISCALE DELLA DONAZIONE (2013)

(VALORI PERCENTUALI)

	Totale Campione	Sesso	
		Maschi	Femmine
Potrebbe dirmi se la sua scelta di donare è stata incoraggiata anche dalla deducibilità della donazione o se l'aspetto fiscale per lei è del tutto ininfluyente?			
Sì, è stata incoraggiata	14	16	12
No, l'aspetto fiscale è del tutto ininfluyente	82	83	81
Non sa	4	1	7
<b>Totale</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

La domanda viene posta a chi ha effettuato donazioni nel periodo ottobre-dicembre 2013


 Fonte: IPR Marketing

## "LE DONAZIONI DI FINE ANNO"

TAB.11 GIUDIZIO SULLE INFORMAZIONI CHE GLI ENTI FORNISCONO SULLE DONAZIONI RICEVUTE

(VALORI PERCENTUALI)

	Gennaio 2011	Gennaio 2012	Febbraio 2013	Gennaio 2014	Differenza 2014- 2013
<i>Come giudica le informazioni che gli enti forniscono sulle donazioni ricevute?</i>					
La rendicontazione è adeguata	30	23	26	42	16
La rendicontazione non è sufficiente, va rafforzata	27	46	33	24	-9
E' un aspetto che non mi interessa	33	25	31	25	-6
Non sa	10	6	10	9	-1
<b>Totale</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>-</b>

La domanda viene posta a chi ha effettuato donazioni nel periodo ottobre-dicembre 2013

 Fonte: IPR Marketing

TAB.11.1 GIUDIZIO SULLE INFORMAZIONI CHE GLI ENTI FORNISCONO SULLE DONAZIONI RICEVUTE

(VALORI PERCENTUALI)

	Totale Campione	Area di Residenza		
		Nord	Centro	Sud e Isole
<i>Come giudica le informazioni che gli enti forniscono sulle donazioni ricevute?</i>				
La rendicontazione è adeguata	42	50	42	31
La rendicontazione non è sufficiente, va rafforzata	24	23	27	22
E' un aspetto che non mi interessa	25	25	30	19
Non sa	9	2	1	28
<b>Totale</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

La domanda viene posta a chi ha effettuato donazioni nel periodo ottobre-dicembre 2013

 Fonte: IPR Marketing

TAB.11.2 GIUDIZIO SULLE INFORMAZIONI CHE GLI ENTI FORNISCONO SULLE DONAZIONI RICEVUTE

(VALORI PERCENTUALI)

	Totale Campione	Eta'		
		18 - 34	35 - 54	55 e oltre
<i>Come giudica le informazioni che gli enti forniscono sulle donazioni ricevute?</i>				
La rendicontazione è adeguata	42	47	18	50
La rendicontazione non è sufficiente, va rafforzata	24	28	28	19
E' un aspetto che non mi interessa	25	4	38	30
Non sa	9	21	16	1
<b>Totale</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

La domanda viene posta a chi ha effettuato donazioni nel periodo ottobre-dicembre 2013

 Fonte: IPR Marketing

TAB.11.3 GIUDIZIO SULLE INFORMAZIONI CHE GLI ENTI FORNISCONO SULLE DONAZIONI RICEVUTE

(VALORI PERCENTUALI)

	Totale Campione	Sesso	
		Maschi	Femmine
<i>Come giudica le informazioni che gli enti forniscono sulle donazioni ricevute?</i>			
La rendicontazione è adeguata	42	24	57
La rendicontazione non è sufficiente, va rafforzata	24	24	24
E' un aspetto che non mi interessa	25	35	16
Non sa	9	17	3
<b>Totale</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

La domanda viene posta a chi ha effettuato donazioni nel periodo ottobre-dicembre 2013

 Fonte: IPR Marketing

## "LE DONAZIONI DI FINE ANNO"

TAB.12. LE SOLLECITAZIONI A DONARE. CONFRONTO CON L'ANNO PRECEDENTE

(VALORI PERCENTUALI)

	Gennaio 2011	Gennaio 2012	Febbraio 2013	Gennaio 2014	Differenza 2014- 2013
<i>Rispetto al 2012 ha ricevuto più o meno sollecitazioni a donare?</i>					
Di più	36	40	38	36	-2
Di Meno	3	9	8	8	0
Uguale	53	50	53	47	-6
Non sa	8	1	1	9	8
<b>Totale</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>-</b>

La domanda viene posta a chi ha effettuato donazioni nel periodo ottobre-dicembre 2013

 Fonte: IPR Marketing

TAB.12.1 LE SOLLECITAZIONI A DONARE. CONFRONTO CON L'ANNO PRECEDENTE

(VALORI PERCENTUALI)

	Totale Campione	Area di Residenza		
		Nord	Centro	Sud e Isole
<i>Rispetto al 2012 ha ricevuto più o meno sollecitazioni a donare?</i>				
Di più	36	46	13	35
Di Meno	8	6	16	3
Uguale	47	47	53	41
Non sa	9	1	18	21
<b>Totale</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

La domanda viene posta a chi ha effettuato donazioni nel periodo ottobre-dicembre 2013

 Fonte: IPR Marketing

TAB.12.2 LE SOLLECITAZIONI A DONARE. CONFRONTO CON L'ANNO PRECEDENTE

(VALORI PERCENTUALI)

	Totale Campione	Eta'		
		18 - 34	35 - 54	55 e oltre
<i>Rispetto al 2012 ha ricevuto più o meno sollecitazioni a donare?</i>				
Di più	36	28	29	43
Di Meno	8	2	2	14
Uguale	47	56	46	42
Non sa	9	14	23	1
<b>Totale</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

La domanda viene posta a chi ha effettuato donazioni nel periodo ottobre-dicembre 2013

 Fonte: IPR Marketing

TAB.12.3 LE SOLLECITAZIONI A DONARE. CONFRONTO CON L'ANNO PRECEDENTE

(VALORI PERCENTUALI)

	Totale Campione	Sesso	
		Maschi	Femmine
<i>Rispetto al 2012 ha ricevuto più o meno sollecitazioni a donare?</i>			
Di più	36	53	22
Di Meno	8	2	13
Uguale	47	33	58
Non sa	9	12	7
<b>Totale</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

La domanda viene posta a chi ha effettuato donazioni nel periodo ottobre-dicembre 2013

 Fonte: IPR Marketing

## "LE DONAZIONI DI FINE ANNO"

