

"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
Totale	100	100	100	100	100	-


 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
Totale	100	100	100	100


 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
Totale	100	100	100	100


 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
Totale	100	100	100



 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
Totale	100	100	100	100	-


 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
Totale	100	100	100	100


 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
Totale	100	100	100	100


 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
Totale	100	100	100


 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
Totale	100	100	100	100	-

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
Totale	100	100	100	100

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
Totale	100	100	100	100

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
Totale	100	100	100

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
Totale	100	100	100	100	100	-

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
Totale	100	100	100	100

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
Totale	100	100	100	100

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
Totale	100	100	100

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
Totale	100	100	100	100	100	-

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
Totale	100	100	100	100

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
Totale	100	100	100	100

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
Totale	100	100	100

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
Totale	100	100	100	100		-

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
Totale	100	100	100	100

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
Totale	100	100	100	100

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
Totale	100	100	100

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

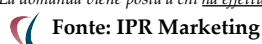
"LE DONAZIONI DI FINE ANNO"

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
Totale	100	100	100	100	100	-

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

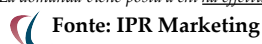


TAB.10.1 DEDUCIBILITA' FISCALE DELLA DONAZIONE (2013)

(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
Totale	100	100	100	100

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

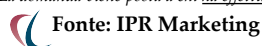


TAB.10.2 DEDUCIBILITA' FISCALE DELLA DONAZIONE (2013)

(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
Totale	100	100	100	100

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

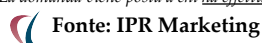


TAB.10.3 DEDUCIBILITA' FISCALE DELLA DONAZIONE (2013)

(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
Totale	100	100	100

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




"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
Totale	100	100	100	100	-


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
Totale	100	100	100	100


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
Totale	100	100	100	100


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
Totale	100	100	100


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
Totale	100	100	100	100	-

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
Totale	100	100	100	100

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
Totale	100	100	100	100

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
Totale	100	100	100

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

Fonte: IPR Marketing

"LE DONAZIONI DI FINE ANNO"

