



---

Relazione degli utenti internet italiani  
con le Organizzazioni Non Profit

**SINTESI RAPPORTO 2012**



# Osservatorio Fundraising Online

---

## Cos'è

Studio, analisi e monitoraggio dell'evoluzione della relazione online degli utenti internet con le Organizzazioni Non Profit.

## Chi

Iniziativa che nasce nel 2009 dall'esperienza dell' **Agenzia di digital marketing Slash**. La sintesi dei primi dati è stata presentata per la prima volta a maggio 2009 in occasione del Festival del FundRaising 2009.

Dal 2010 il principale mensile italiano del terzo settore, **Vita** ( [www.vita.it](http://www.vita.it) ) è **media partner** dell'Osservatorio che nel 2012 ottiene il **patrocinio di ASSIF**, Associazione Italiana Fundraiser ( [www.assif.it](http://www.assif.it) ).

## Per chi

Rapporto gratuito disponibile per tutte le **Organizzazioni Non Profit**, responsabili marketing, comunicazione e fundraising nonché consulenti del terzo settore.

Il rapporto è reperibile sul sito dell'Osservatorio: [www.osservatoriofundraising.org](http://www.osservatoriofundraising.org)

## Divulgazione

E' possibile divulgare e condividere i dati dello studio citando sempre la fonte ovvero **"SLASH / Osservatorio Fundraising Online 2012"** o **"SLASH / OFO 2012"**.

# Osservatorio Fundraising Online

---

## Finalità

- Conoscere, comprendere e sfruttare al meglio il mezzo Internet
- Colmare la lacuna informativa sul tema del marketing online
- Fornire alle ONP dati ed elementi di studio e riflessione
- Costruire un benchmark di riferimento nel Terzo Settore
- Istituire un Osservatorio permanente di Ricerca online
- Creare un momento annuale di incontro e di condivisione

# Osservatorio Fundraising Online

---

## Metodologia

- **2.000 interviste** rappresentative della popolazione italiana maggiorenne che utilizza internet, secondo i parametri rilevati da Audiweb ([www.audiweb.it](http://www.audiweb.it))
- Periodicità del rapporto annuale  
Ultimo rapporto (quarta edizione) : Giugno 2012  
Edizioni precedenti :
  - 1° Rapporto Maggio 2009
  - 2° Rapporto Maggio 2010
  - 3° Rapporto Maggio 2011
- Ricerca quantitativa online con **tecnica CAWI** (Computer Assisted Web Interview)
- 54 domande, 7 capitoli d'indagine oltre 30 aspetti indagati. Nuovo tema indagato nel 2012 : Lasciti testamentari
- Prossimo rapporto Primavera/Estate 2013 (quinta edizione)

# Osservatorio Fundraising Online

---

## Temi indagati – Rapporto 2012

Analisi sugli utenti internet, sui potenziali donatori, sui donatori che usano internet, sui donatori che donano online

<b>Profilazione</b>	socio-demo, reddito
<b>Donazione</b>	ambiti, frequenza, ammontare, modalità donazione online, motivazione, regali solidali (NEW)
<b>Propensione</b>	influenza di internet, della crisi, prossimi 12 mesi
<b>Lasciti (NEW)</b>	conoscenza, propensione
<b>Comunicazione</b>	ricordo messaggi online, interazione
<b>Informazione</b>	modalità preferita, modalità di approfondimento quali info su sito, newsletter e suoi contenuti
<b>Partecipazione</b>	social network e blog, influenza e coinvolgimento

# Osservatorio Fundraising Online

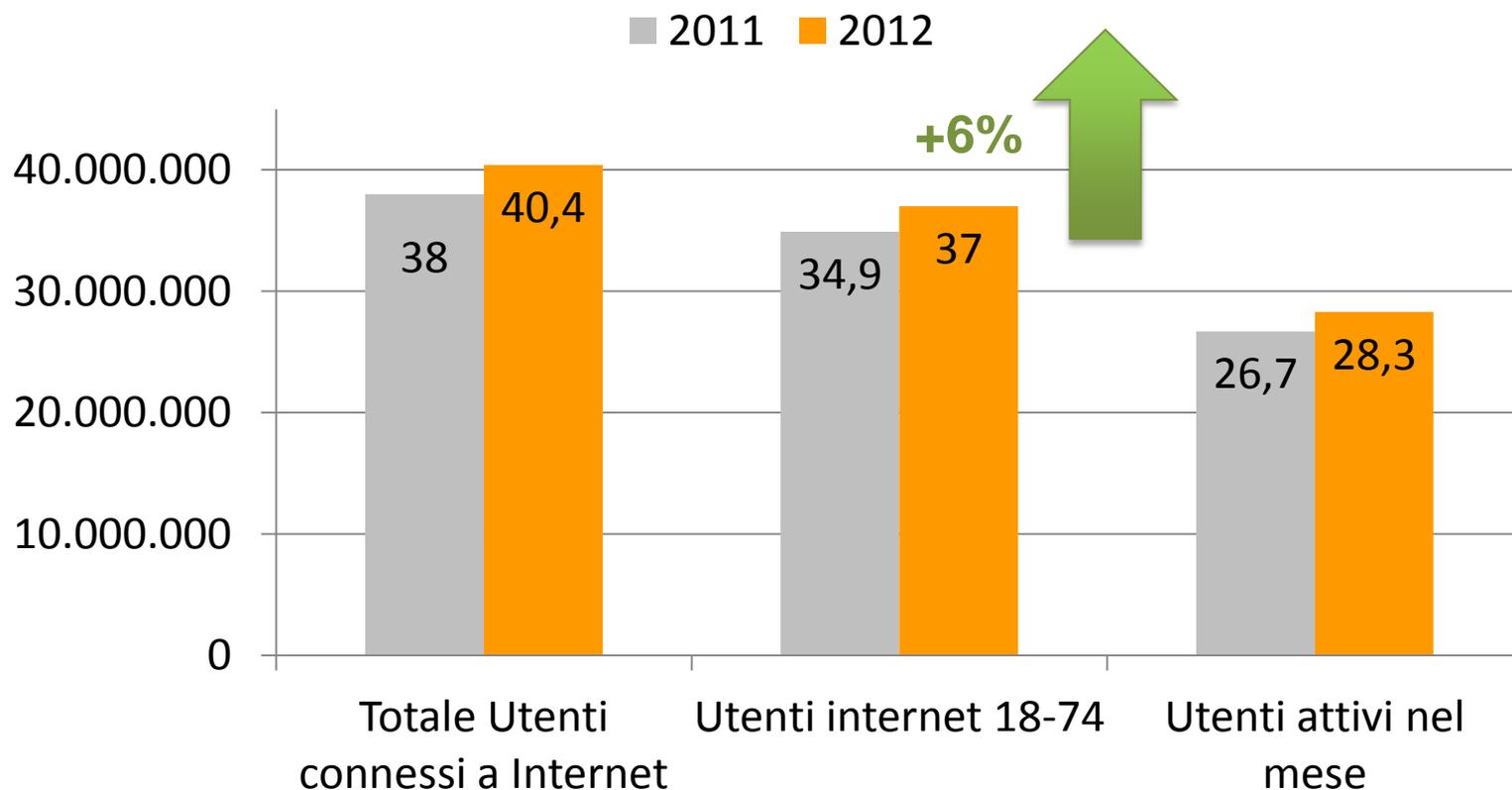
## Rapporto 2011

---

# PROFILAZIONE CAMPIONE

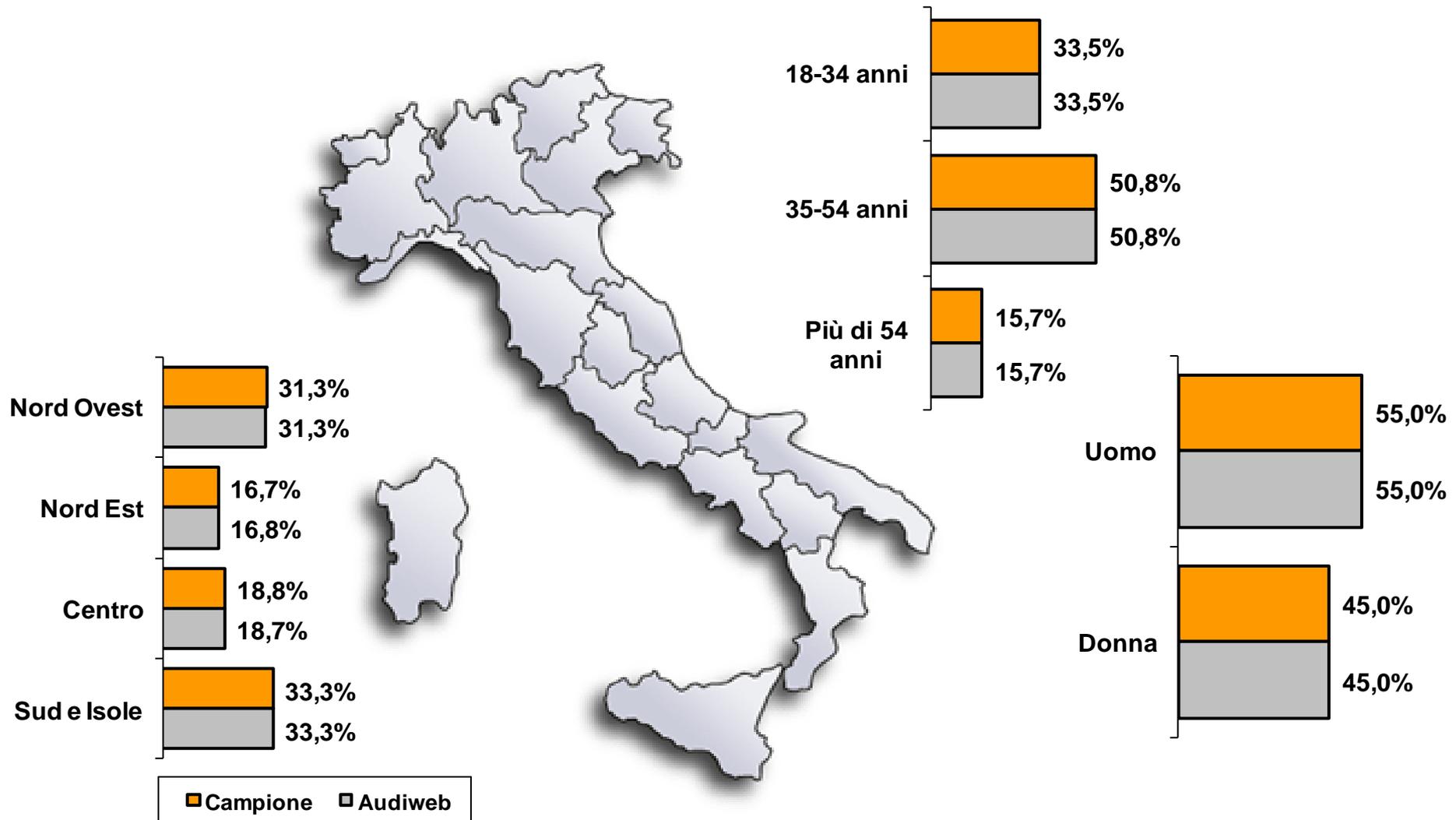
# Dati utenza Internet Italia

## Giugno 2012 vs Giugno 2011



Fonte: Audiweb – AW Trends (Giugno 2012); Audiweb – Sintesi Dati (Giugno 2011)  
Elaborazione Qmark, OFO 2012

# Profilo socio-demografico del campione



Base: totale campione (2.000) – OFO 2012

# Osservatorio Fundraising Online

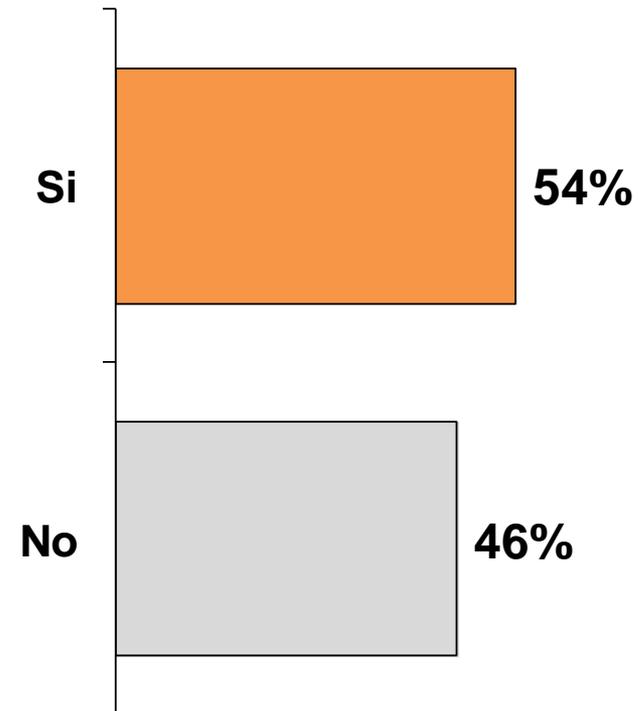
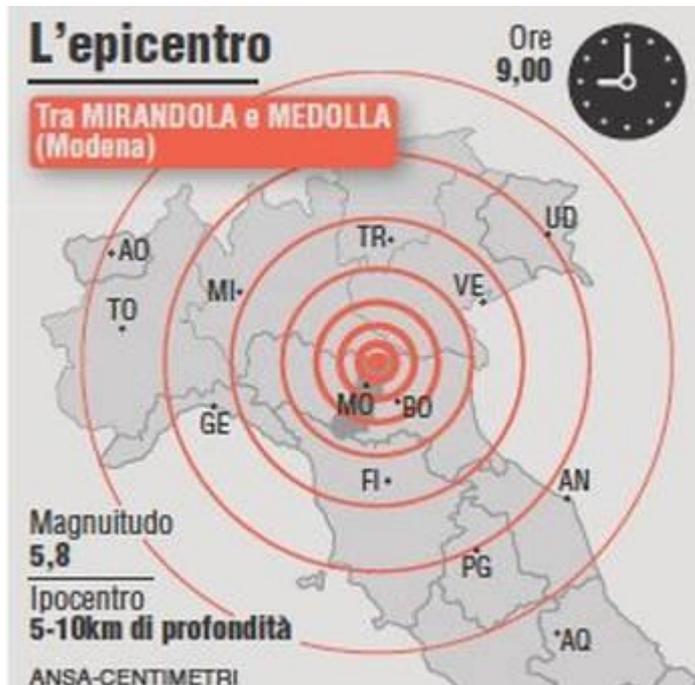
## Rapporto 2012

---

# DONAZIONE

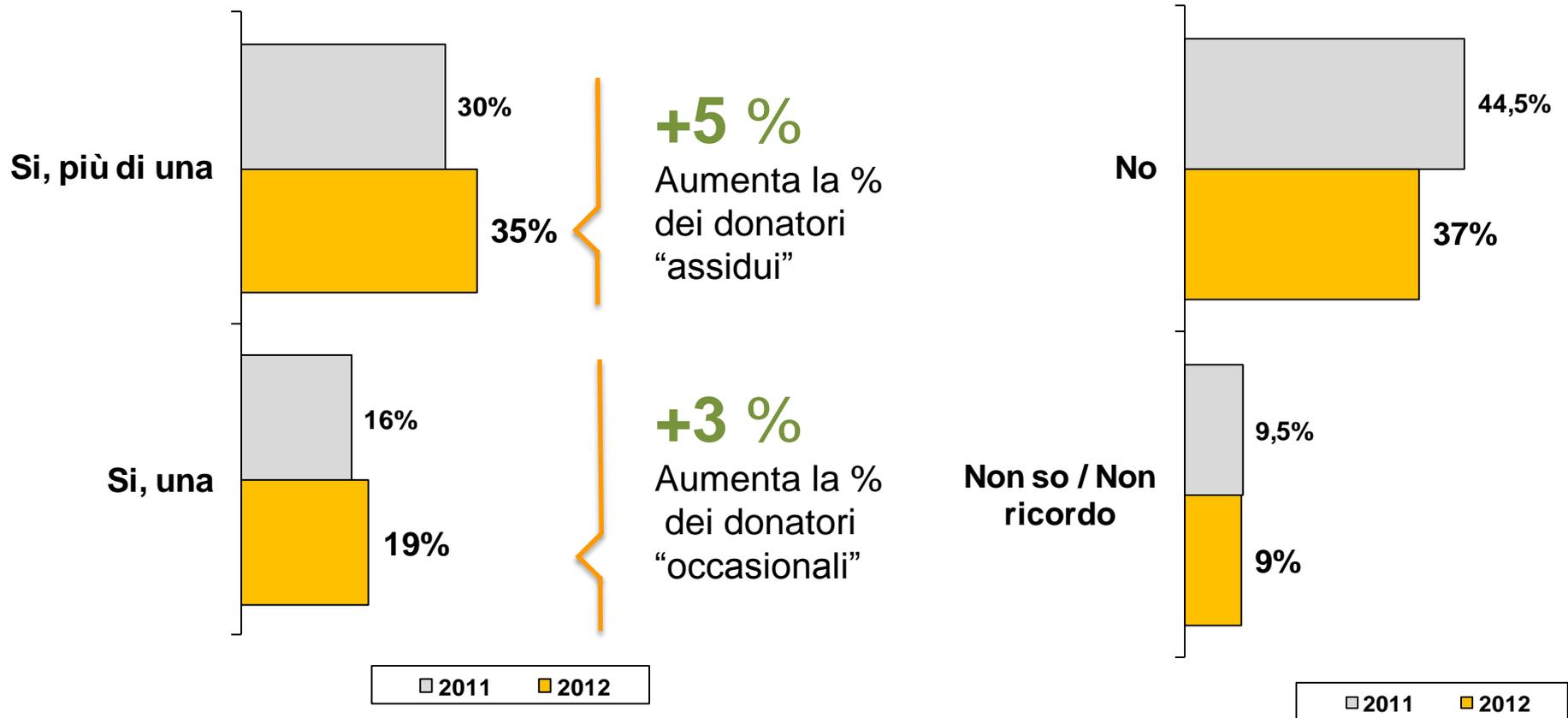
# Donatori e utenti internet

**Il 54% degli utenti Internet (18-74) ha effettuato almeno una donazione in occasione del terremoto in Emilia accaduto nel Maggio 2012**



# Donatori e utenti internet

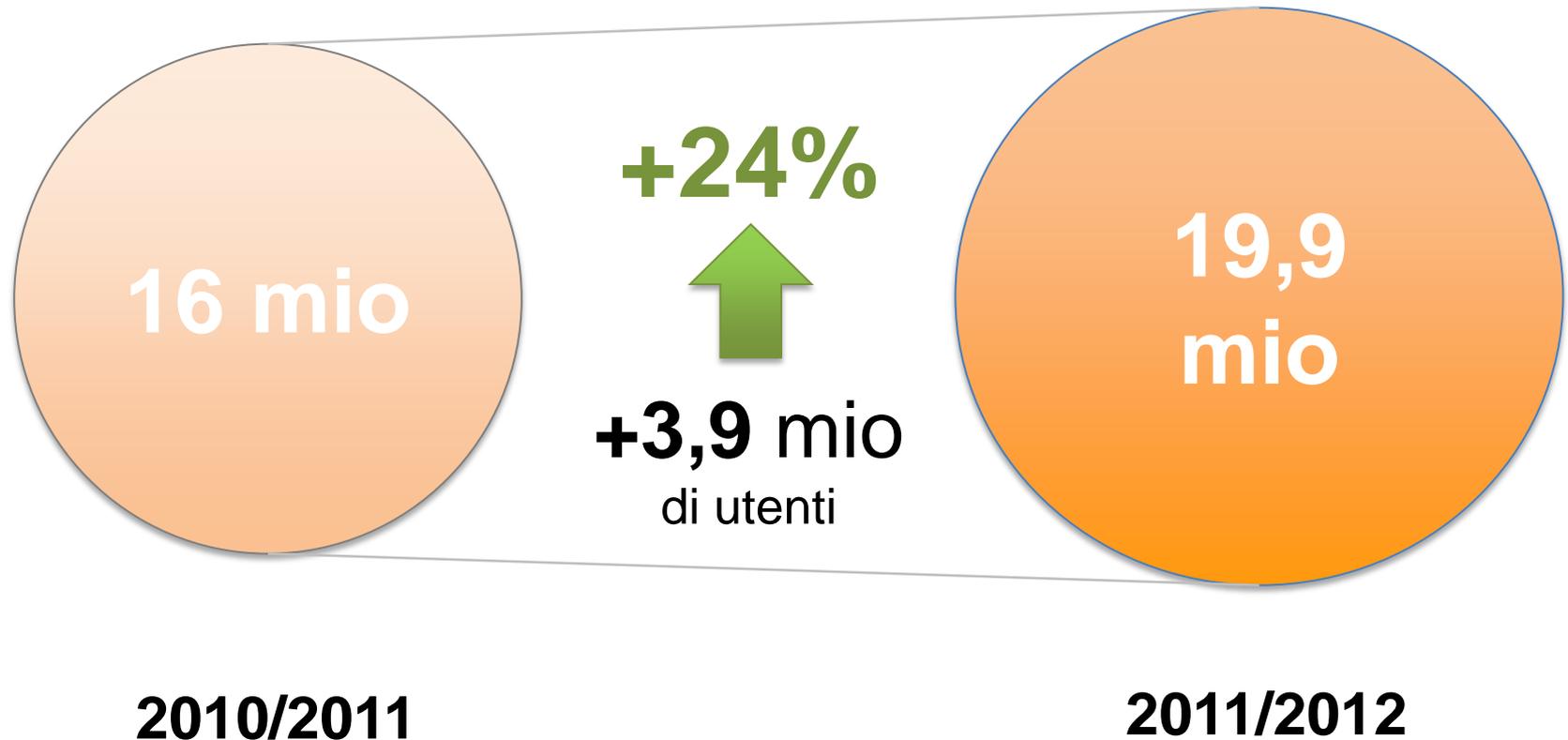
Il 54% degli utenti Internet (18-74) ha effettuato almeno una donazione negli ultimi 12 mesi



# Donatori e utenti internet

---

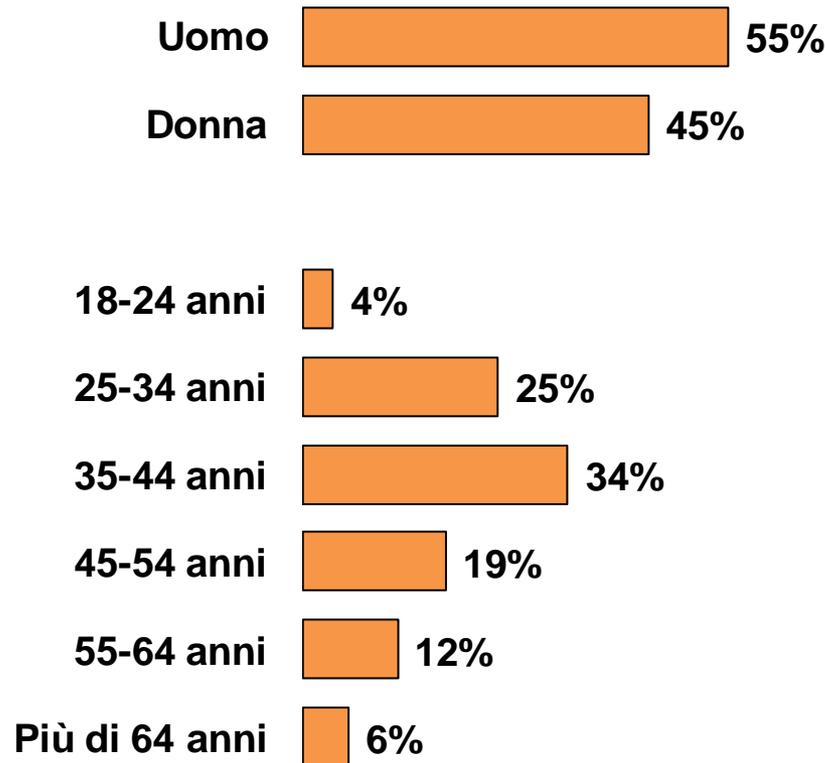
**Il 54% degli utenti Internet (18-74) ha effettuato almeno una donazione negli ultimi 12 mesi**



Fonte: OFO2012, OFO2011

# Profilo del donatore utente internet

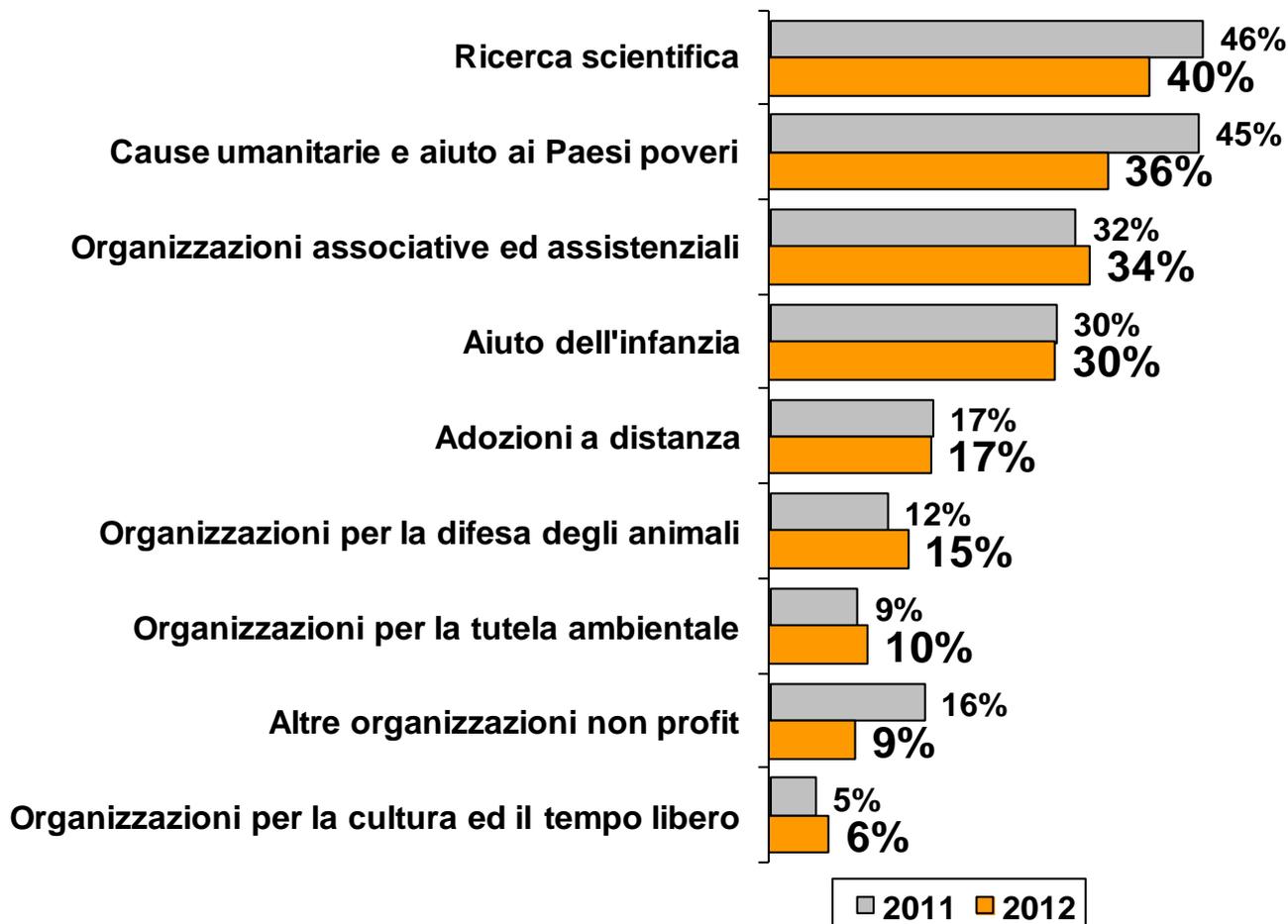
Il 78% dei donatori ha un'età compresa tra 25 e 54 anni.



**+2%** (+100%vs 2011)  
Raddoppia la quota dei giovani donatori

# Principali ambiti di donazione

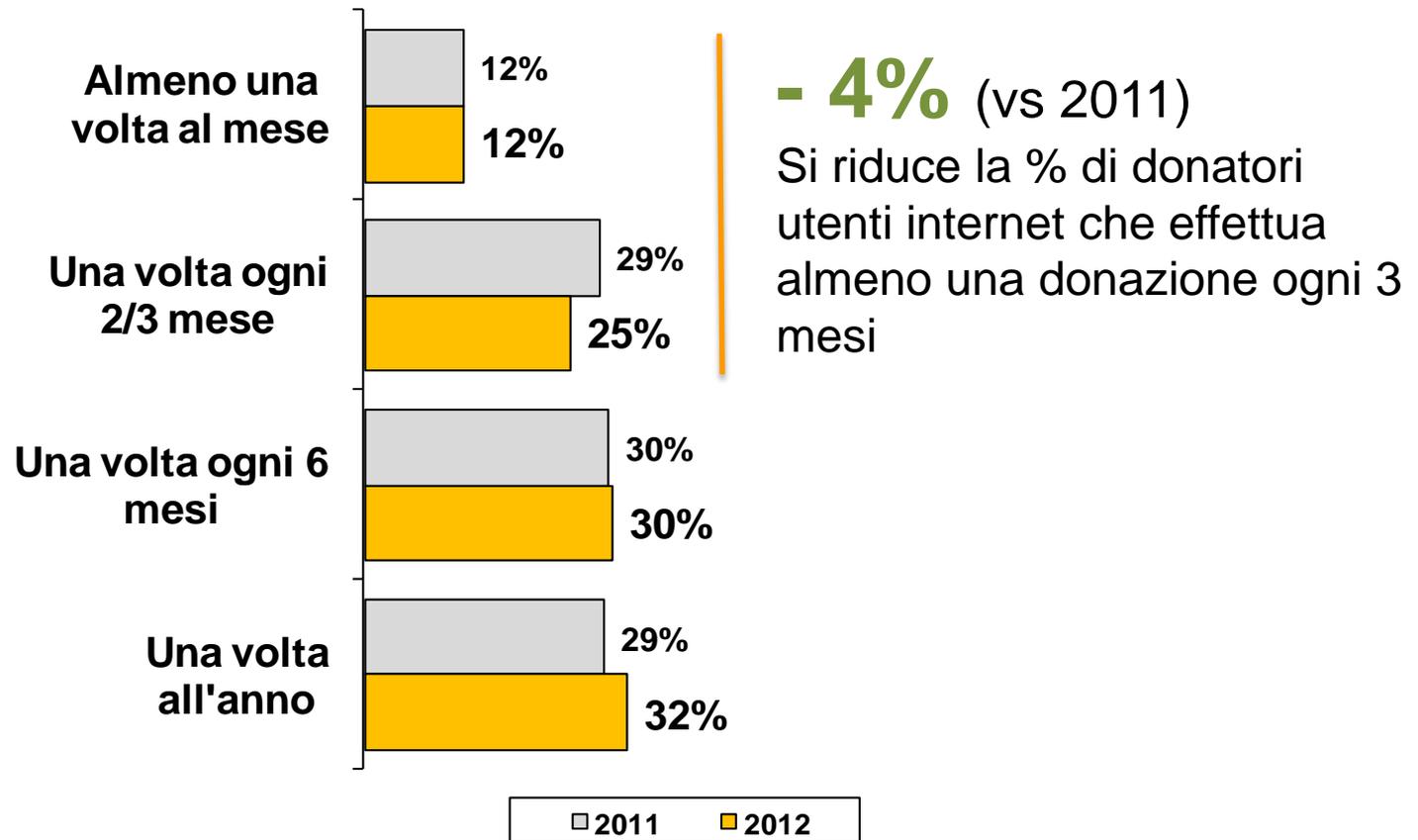
I donatori sono sensibili a più temi, mediamente ne indicano più di 2 a testa



Base : ha effettuato almeno una donazione 1082 (OFO 2012), 839 (OFO 2011)

# Frequenza della donazione

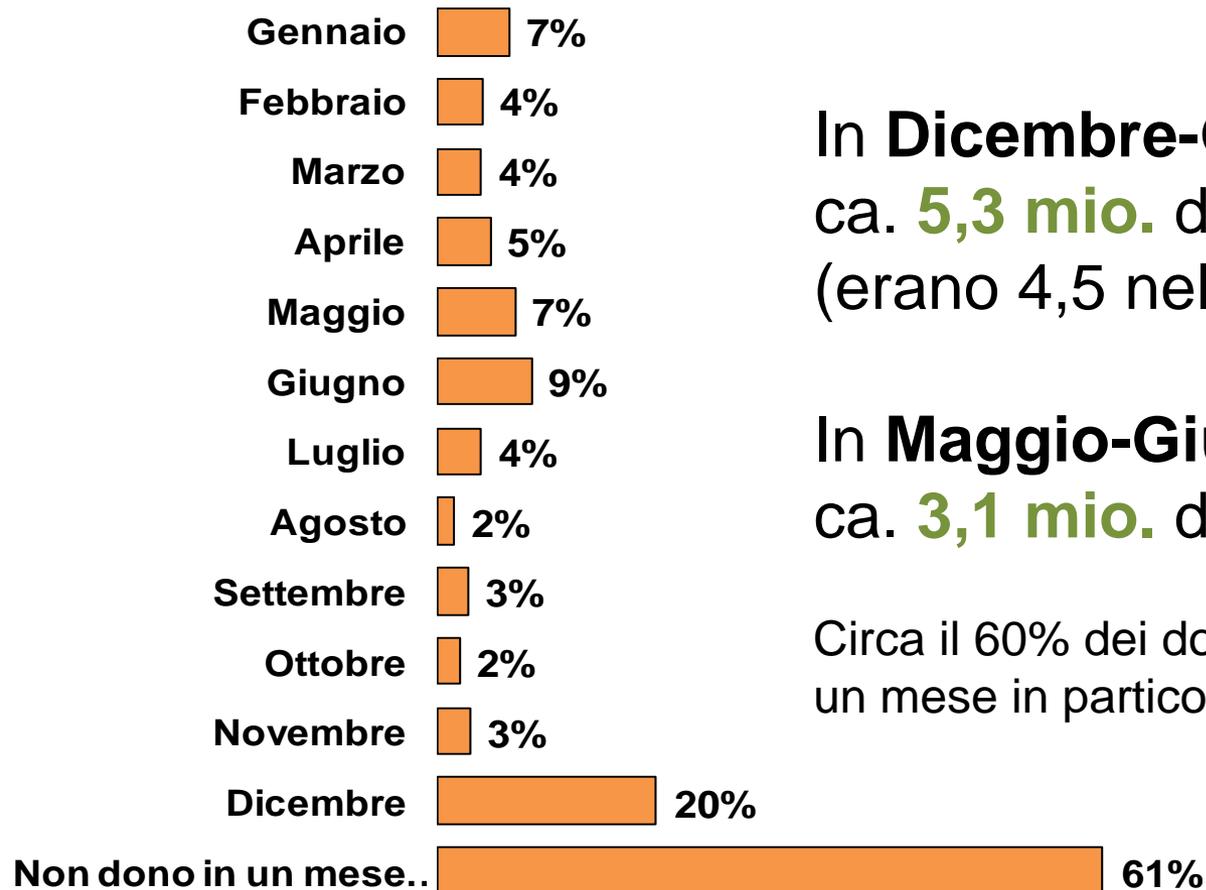
Il 37% dei donatori utenti internet effettua una donazione almeno ogni 3 mesi



# Periodo della donazione

Si osservano i maggiori picchi di frequenza della donazione in due bimestri.

In quali mesi dell'anno doni con maggior frequenza?



In **Dicembre-Gennaio**  
ca. **5,3 mio.** di utenti online  
(erano 4,5 nel 2010/2011)

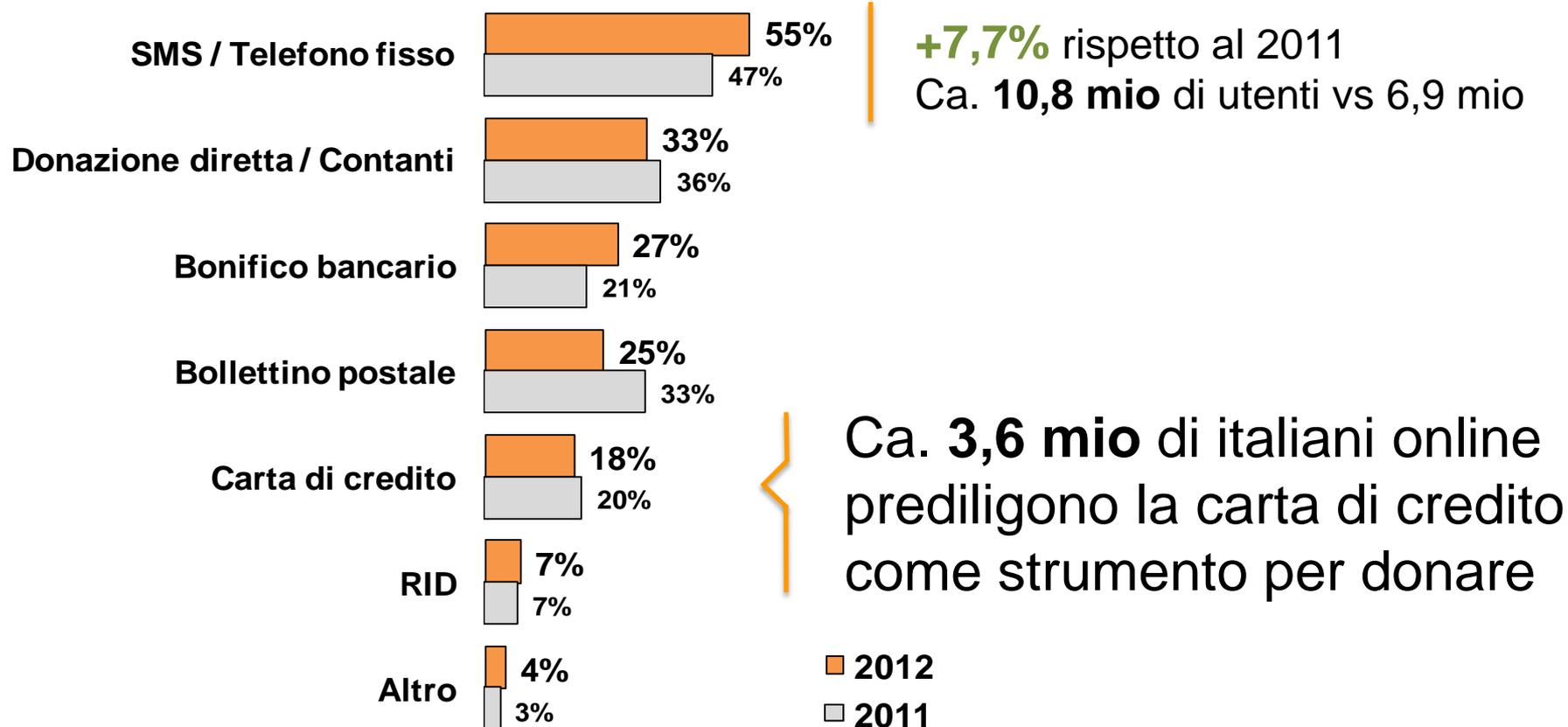
In **Maggio-Giugno**  
ca. **3,1 mio.** di utenti online

Circa il 60% dei donatori non indica un mese in particolare in cui donano

# Modalità di donazione

I metodi di donazione più utilizzati sono gli SMS/Telefono, la donazione diretta ed il bonifico bancario.

Per le tue donazioni, quali strumenti di pagamento preferisci utilizzare?



# Osservatorio Fundraising Online

Rapporto 2012

---

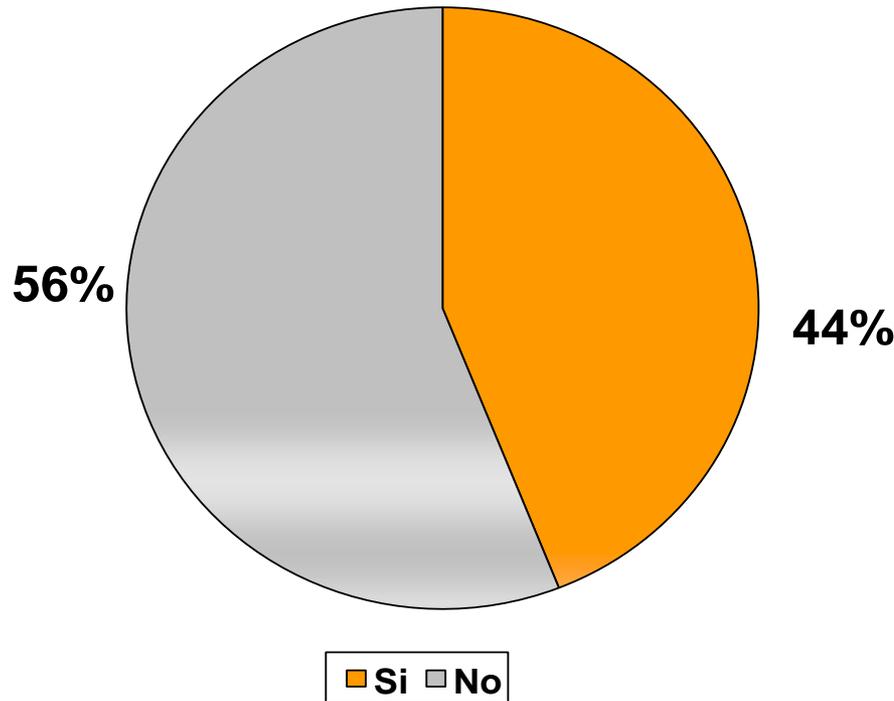
## REGALI SOLIDALI

# Regali solidali

**Nell'ultimo anno 2 utenti internet su 5 hanno fatto regali solidali**

**Negli ultimi 12 mesi hai acquistato "regali solidali"?**

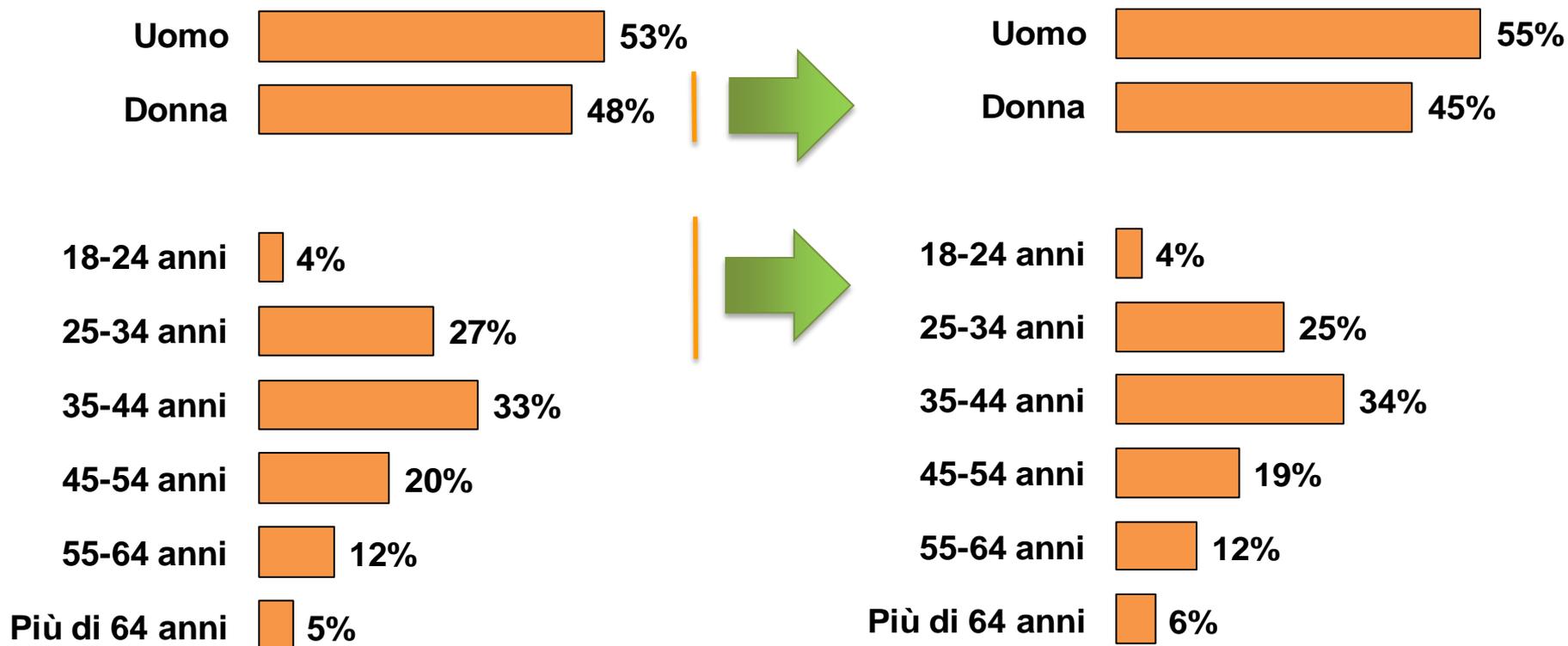
(per "regali solidali" si intendono prodotti venduti dalle Organizzazioni Non Profit, il cui ricavato contribuisce alla realizzazione di vari progetti di solidarietà )



**Ca. 8,7 mio.** di utenti internet hanno fatto regali solidali  
( **+27%** vs 2010/2011)

# Profilo del donatore “regali solidali”

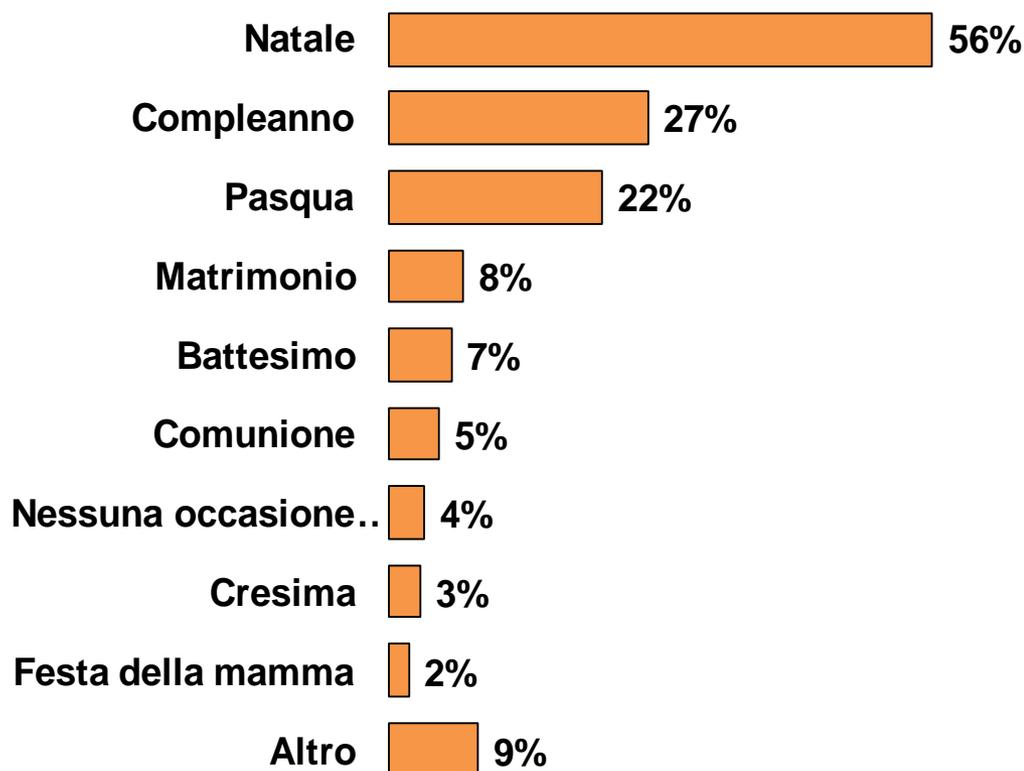
Donatore Regali Solidali vs Donatore



# Occasioni acquisto regali solidali

I regali solidali vengono acquistati in gran parte per eventi che ricorrono annualmente, quali Natale, Pasqua e Compleanno

Per quali occasioni hai acquistato regali solidali?



A Natale ca. **4,9 mio.** di utenti internet hanno fatto regali solidali ( **+26%** vs 2010/2011)

Per il compleanno ca. **2,3 mio** ( **+40%** )

A Pasqua ca. **1,9 mio** ( **+6%** )

# Osservatorio Fundraising Online

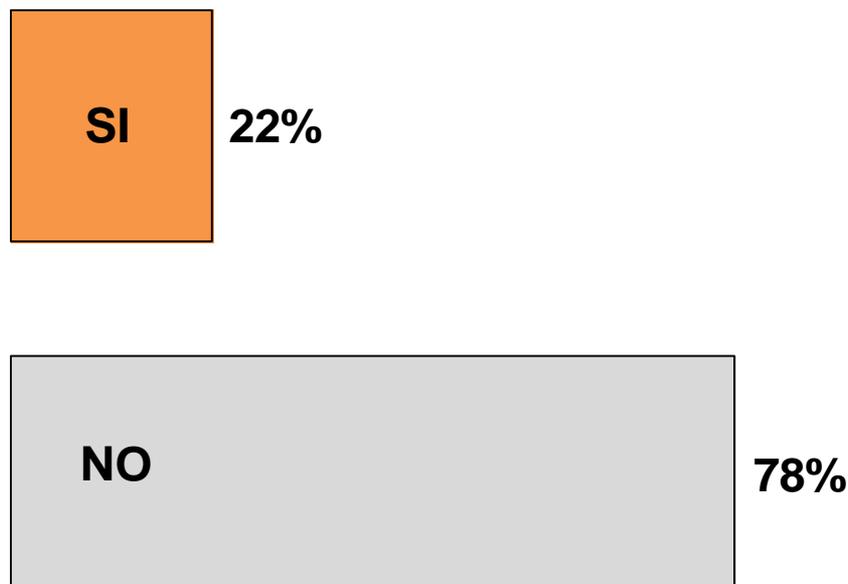
## Rapporto 2012

---

# DONAZIONE ONLINE

# Donazione online

**Circa il 22% degli utenti internet che hanno donato negli ultimi 12 mesi, hanno fatto donazioni online.**



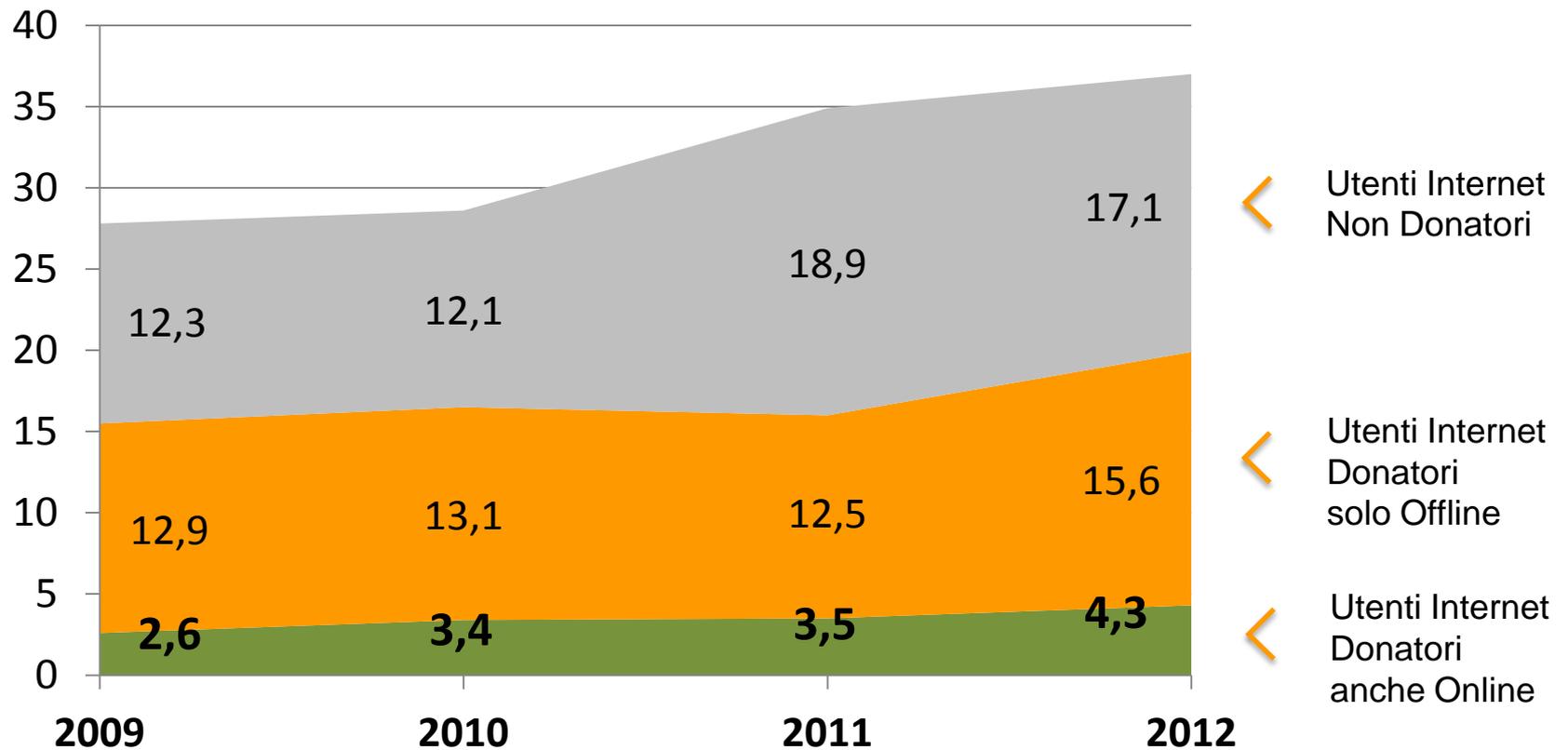
La quota relativa di donatori che ha effettuato una donazione sul web è uguale rispetto al 2010/2011

In termini assoluti la quota di donatori online aumenta del **+23%** rispetto al 2010/2011 pari a un totale di **4,3 mio.** di persone.

**I donatori che fanno donazioni anche online sono il 12% degli utenti internet (18-74 anni)**

# Donatori e utenti internet

**Andamento negli anni**  
(dato in milioni)



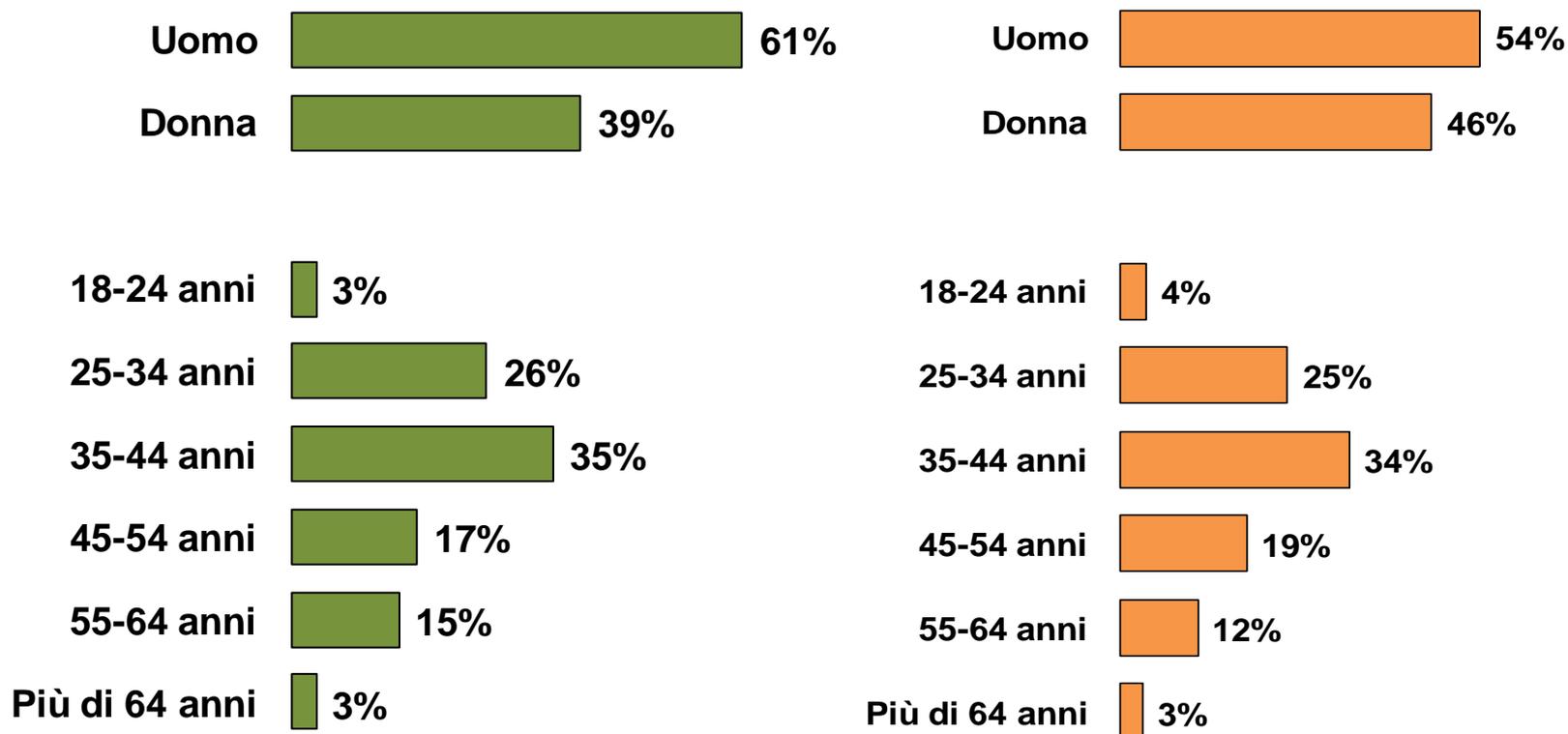
Fonte: Osservatorio Fundraising Online 2012

# Profilo del donatore online

Donatore anche online

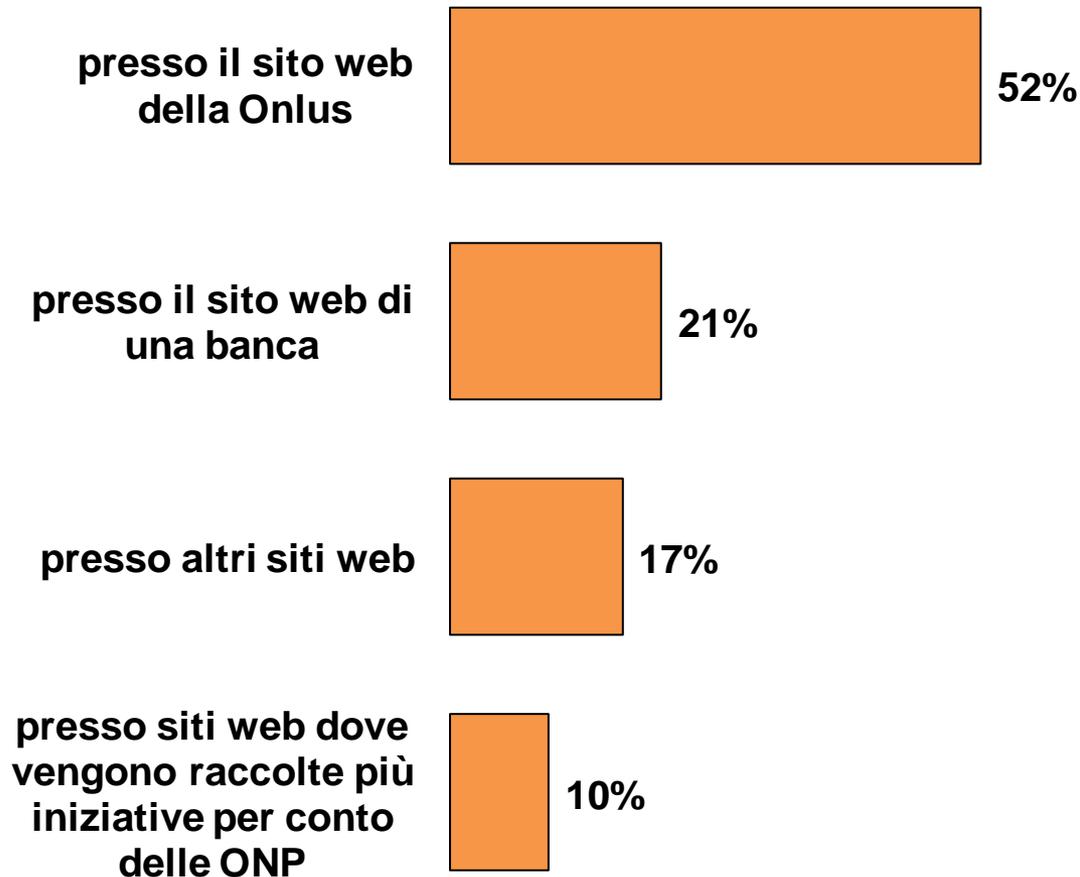
vs

Donatore solo offline



# Siti web per donare online

In quale dei seguenti "ambienti virtuali" hai effettuato la tua donazione online?



La metà dei donatori su web effettuano la propria donazione attraverso il sito della ONP pari a ca. **2,2 mio.** (+ 500.000 vs 2011)

# Osservatorio Fundraising Online

Rapporto 2012

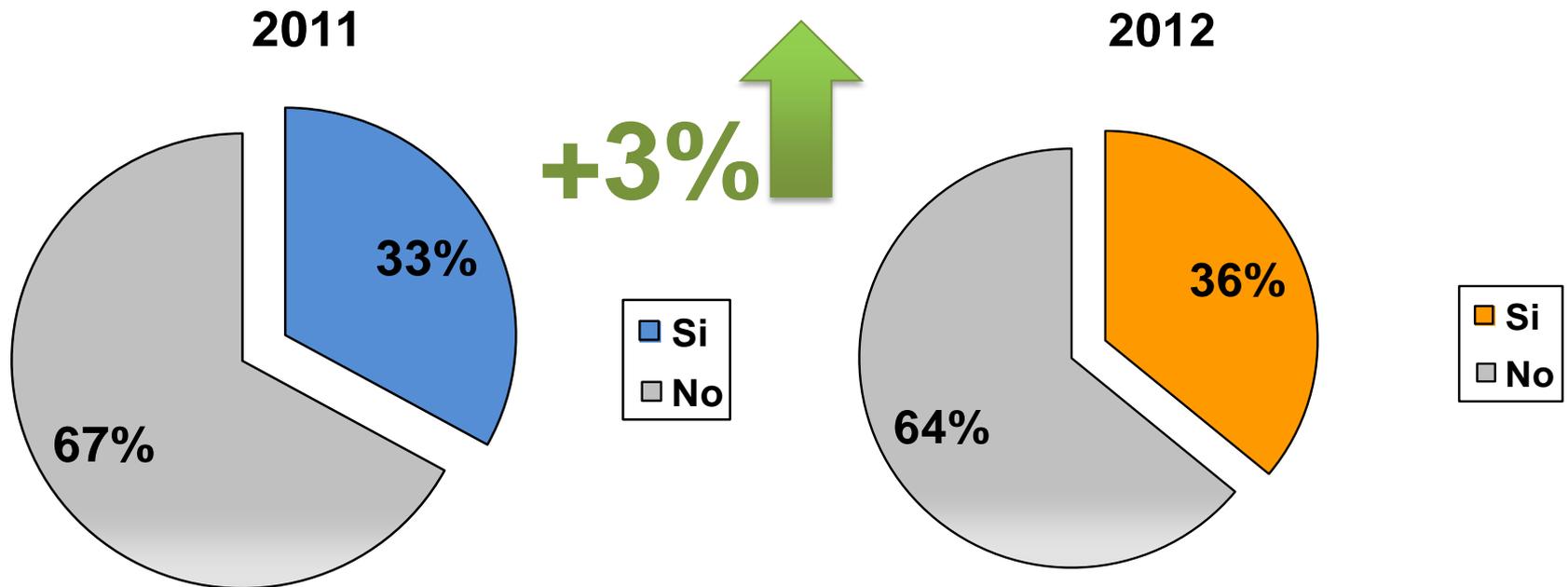
---

## PROPENSIONE A DONARE

# ONP sul web e propensione a donare

**Aumenta l'influenza delle Organizzazioni Non Profit su Internet.**

La tua propensione a donare è stata influenzata positivamente dalla presenza su Internet delle ONP?

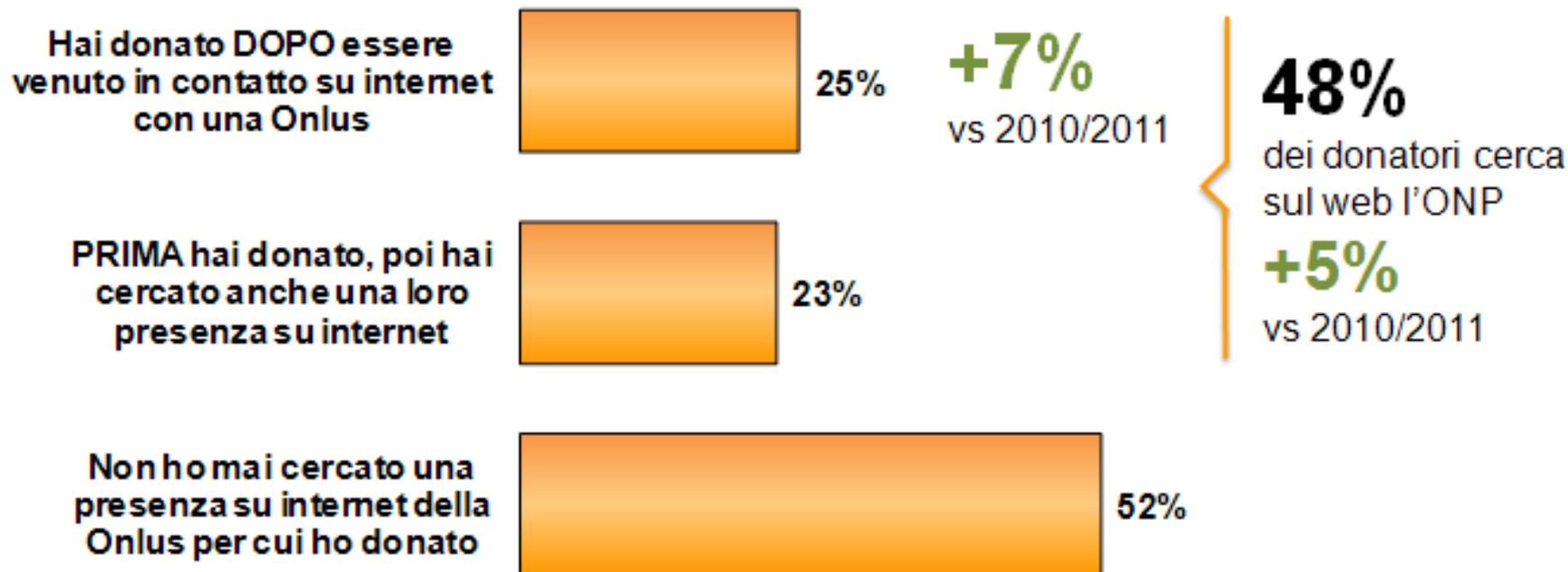


Base : ha effettuato almeno una donazione (1082) - OFO 2012, (839) - OFO 2011

# Propensione e ricerca sul web della ONP

Circa 2 donatori su 4 cercano l'Organizzazione sul Web

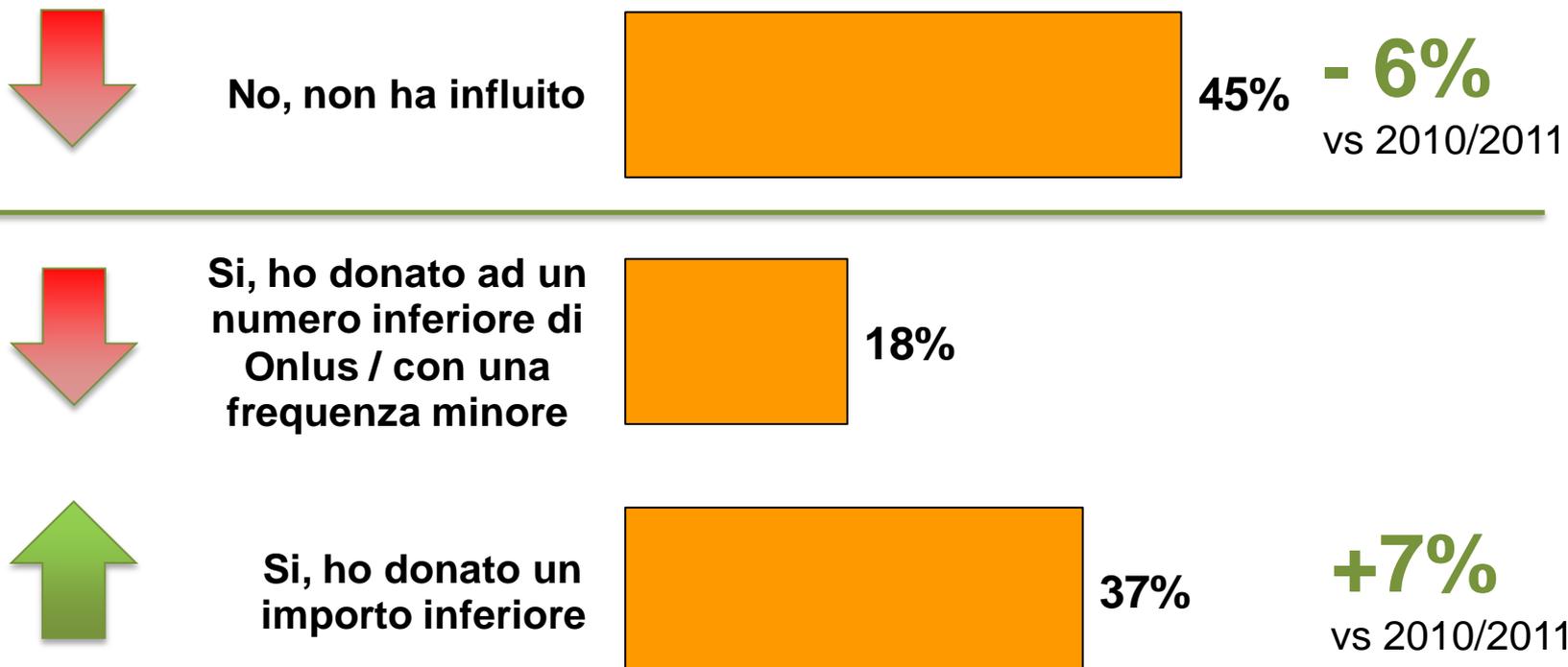
Per quanto ti riguarda diresti che...



# Propensione e influenza della crisi

**Per più della metà dei donatori l'attuale crisi economica ha influenzato in negativo le abitudini di donazione.**

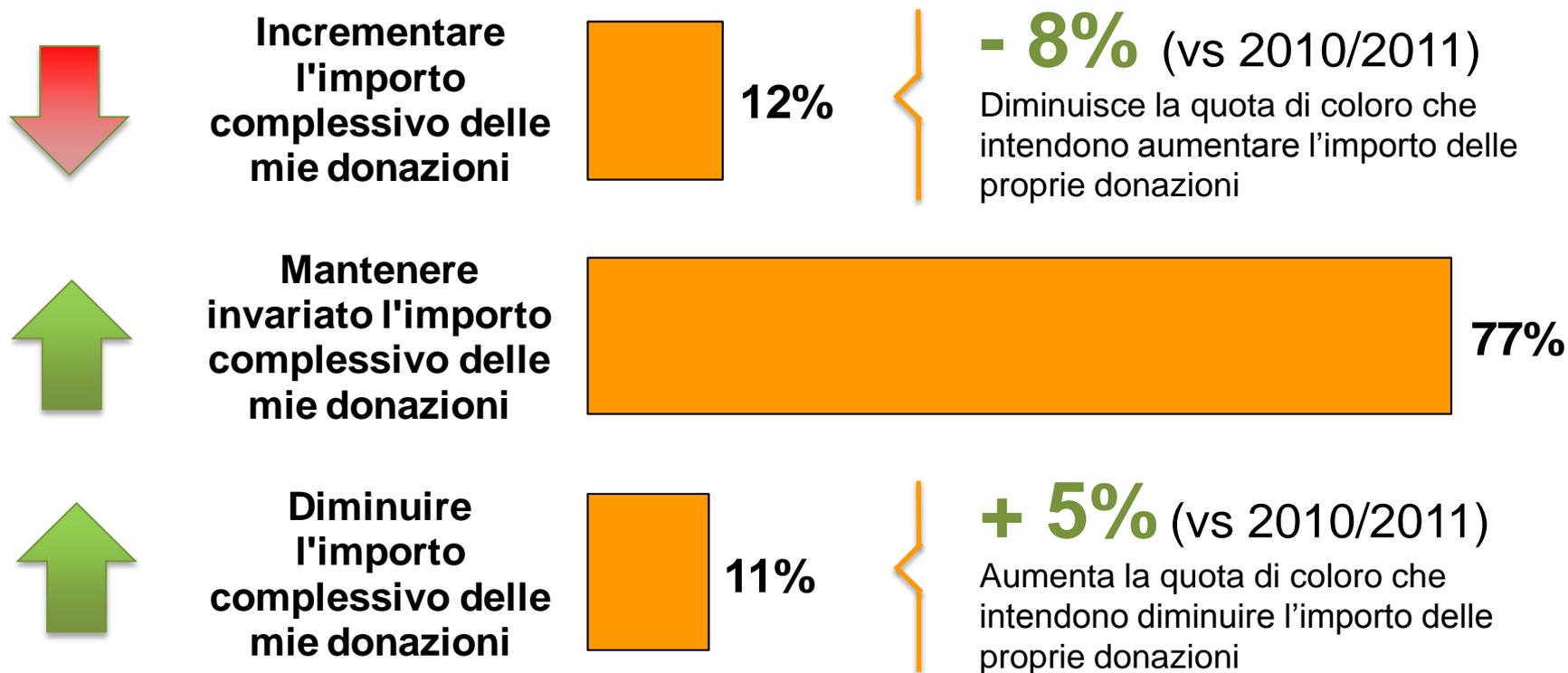
Questo periodo di crisi ha modificato le tue abitudini di donazione?



# Propensione prossimi 12 mesi

**Il 77% (+2 % vs 2010/2011) dei donatori ha intenzione di mantenere invariato l'importo delle proprie donazioni.**

Tra le frasi proposte, scegli quella che ti si addice maggiormente.  
Nei prossimi 12 mesi, ho intenzione di..



# Osservatorio Fundraising Online

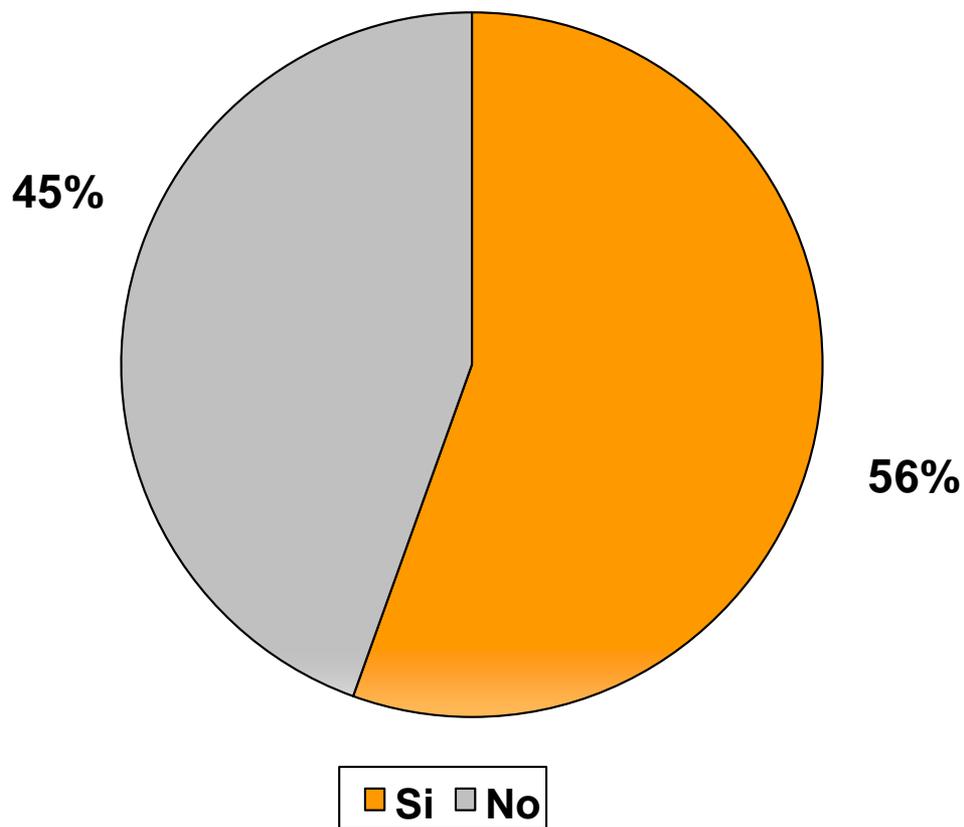
Rapporto 2012

---

## LASCITI TESTAMENTARI

# Lasciti testamentari

Hai mai sentito parlare di lascito testamentario?

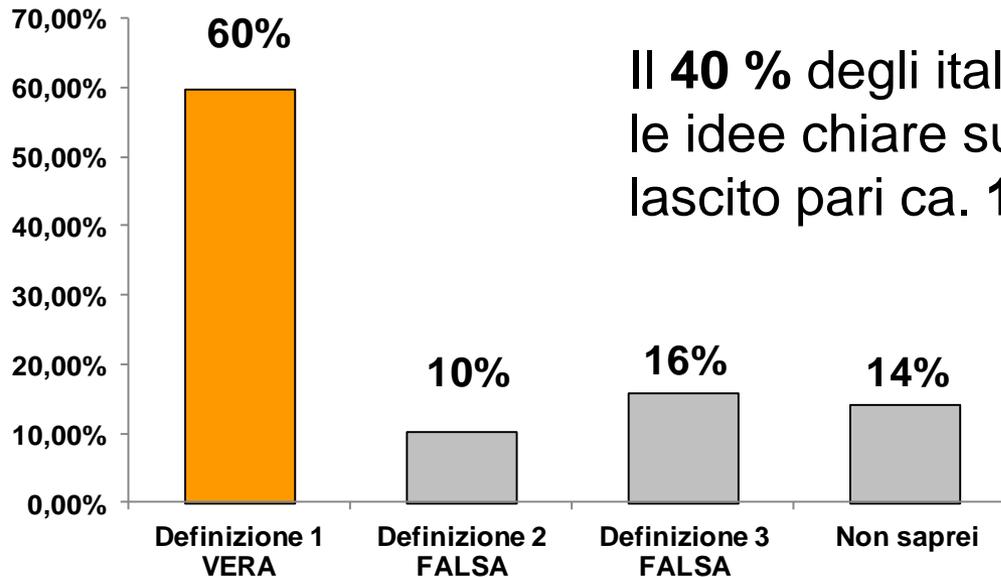


Ca. **20,7 mio.** di utenti internet hanno sentito parlare di lascito testamentario

# Definizione di Lascito

**2 italiani online su 5 NON sanno che cos'è un lascito**

Secondo te, cos'è un lascito?



**Il 40 % degli italiani online non ha le idee chiare su cosa sia un lascito pari ca. 14,8 milioni**

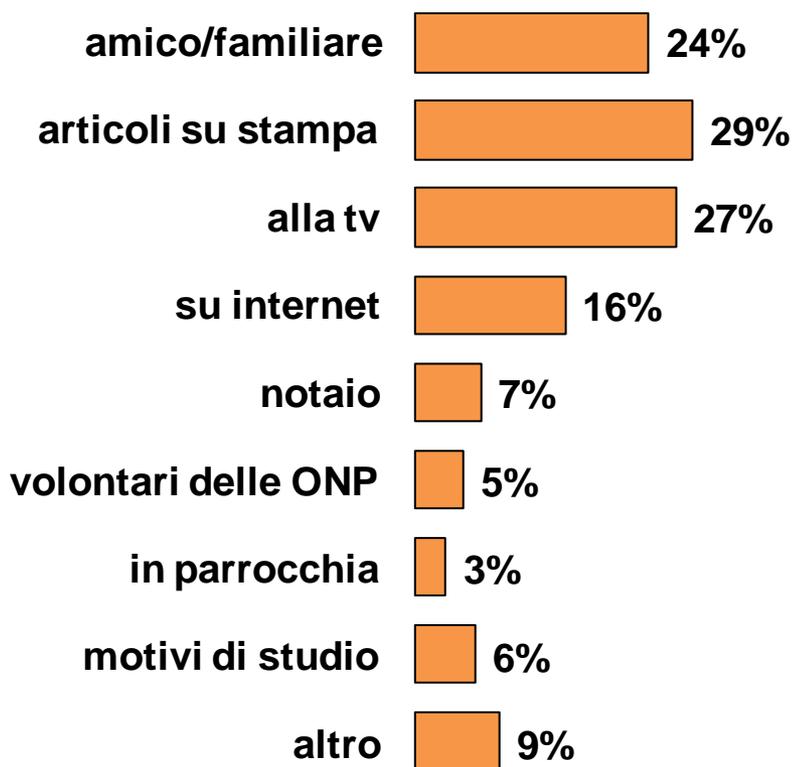
**Definizione 1:** Il lascito è un atto con il quale taluno dispone una donazione di beni e/o valori in favore di terzi, dopo la sua morte

**Definizione 2:** Il lascito è un atto per cui, in caso di mancato testamento, i propri beni vengono destinati ad un'Organizzazione senza scopi di lucro

**Definizione 3:** Il lascito è una donazione in favore di terzi che viene fatta nel caso in cui non vi siano eredi diretti

# Sensibilizzazione sui Lasciti

Chi ti ha sensibilizzato in merito a tale argomento?



L'informazione su questo argomento è maggiormente determinata dai media tradizionali e dal proprio network di relazioni.

In altro modo, minore, l'informazione è determinata dal contesto lavorativo, dalle frequentazioni quotidiane, dal tipo di studio

# Propensione al Lascito

**2 italiani online su 5 sono favorevoli**

**Sicuramente la prenderò in considerazione**



**La trovo una soluzione interessante, un giorno potrei prendela in considerazione**



**Non ho ancora un'idea in merito**



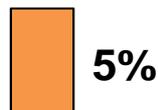
**E' un gesto ammirevole ma in futuro non penso mi possa interessare**



**Non penso di avere nulla da donare**



**Non sono favorevole a questo tipo di donazione**



# Osservatorio Fundraising Online

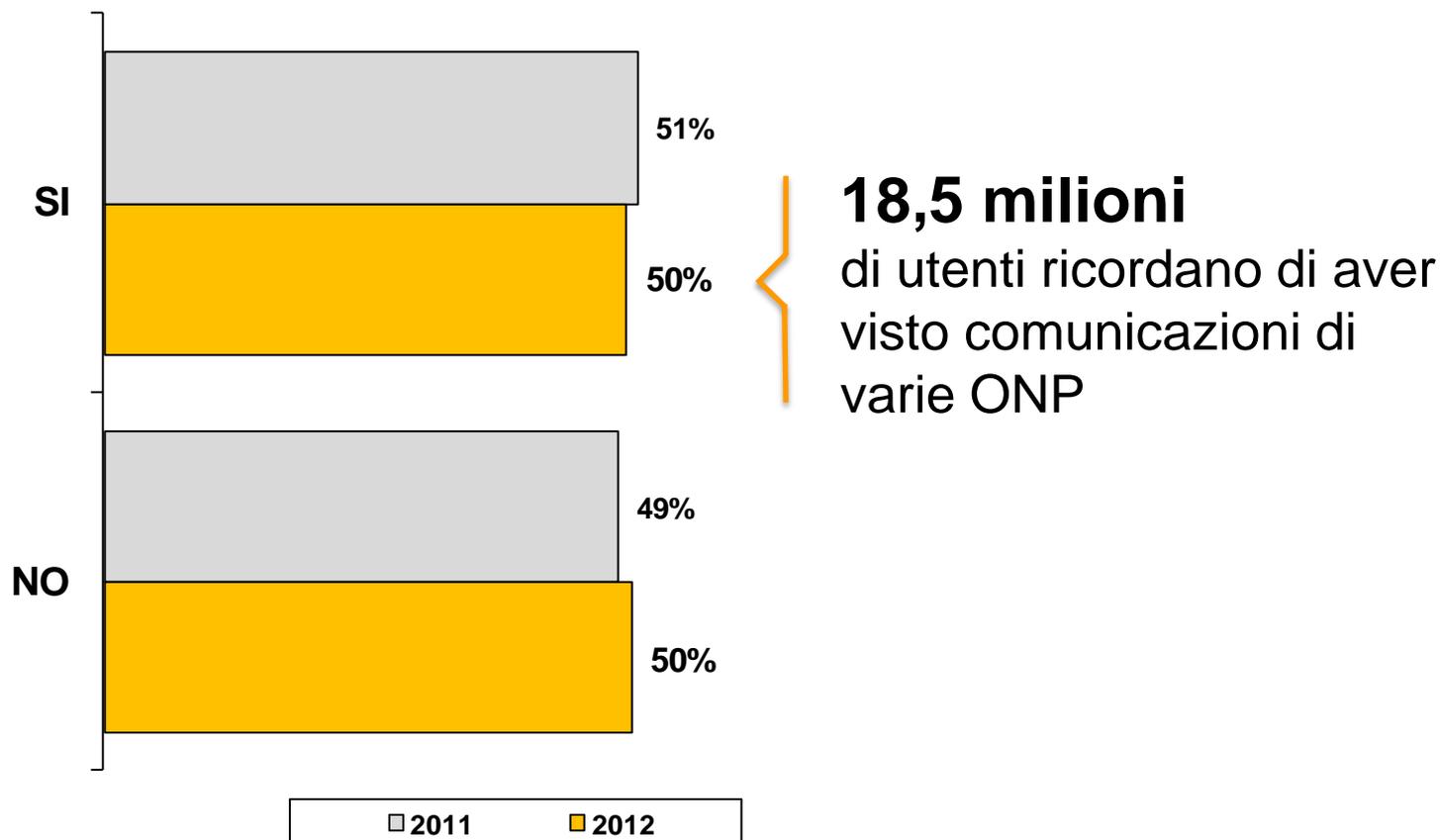
Rapporto 2012

---

## COMUNICAZIONE

# Ricordo del messaggio pubblicitario

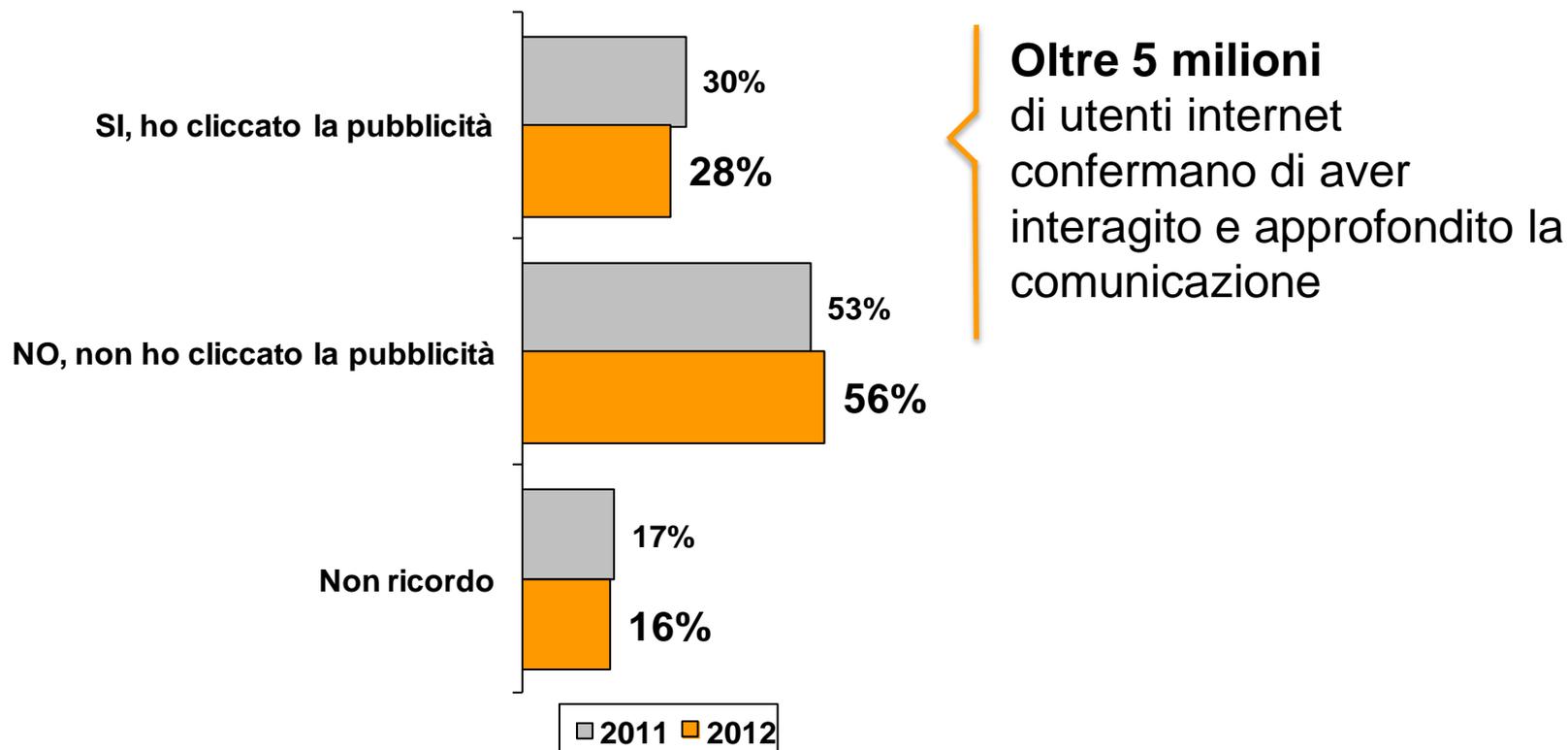
Negli ultimi 12 mesi, ricordi di aver visto su internet dei messaggi pubblicitari (banner, email pubblicitarie ecc.) di alcune Organizzazione Non Profit?



# Interazione con il messaggio pubblicitario

Tra coloro che ricordano (50%) di aver visto online il messaggio pubblicitario di qualche ONP, circa 1 persona su 3 ha approfondito il contenuto.

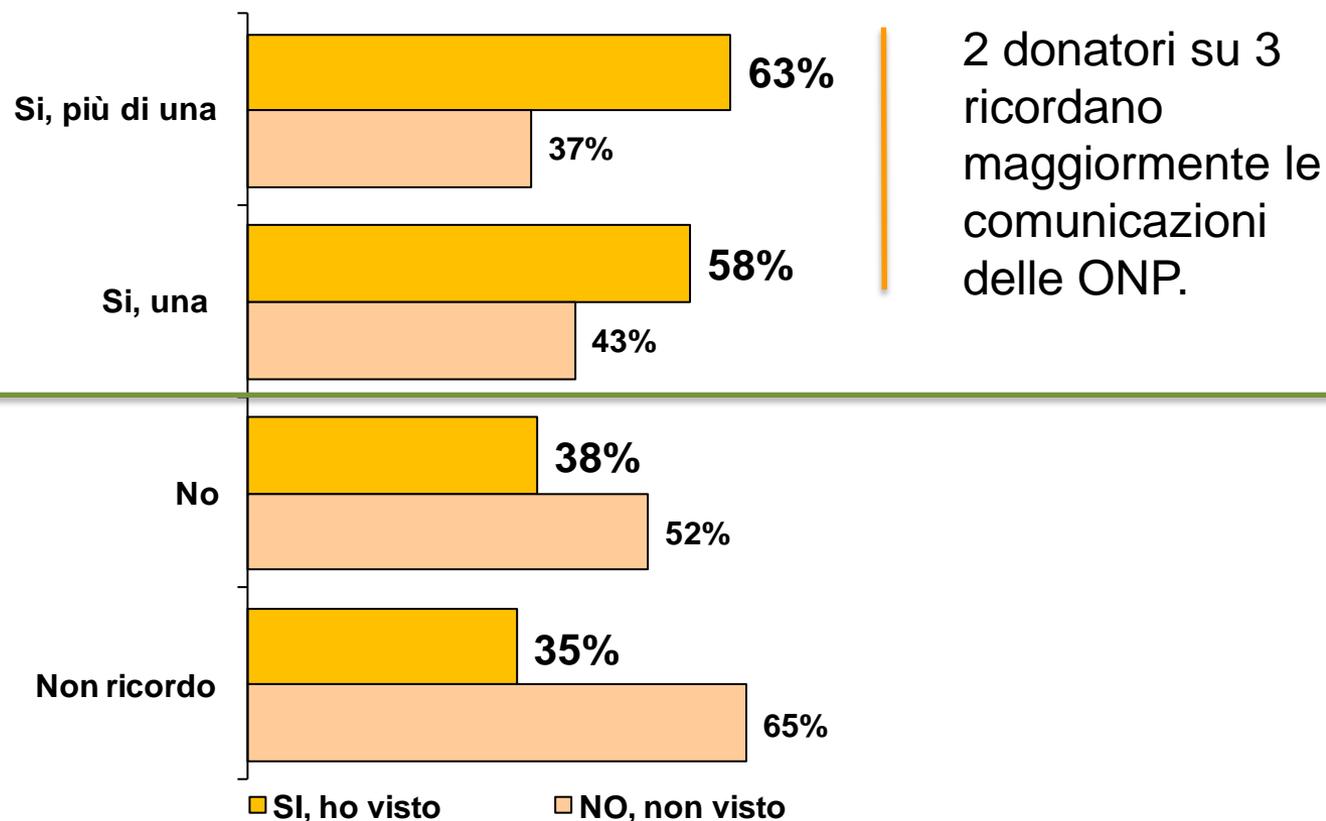
Hai voluto approfondire il contenuto cliccando sul messaggio pubblicitario?



# Ricordo del messaggio vs Donazione

Si conferma quanto rilevato negli anni precedenti:  
più si comunica, più è memorabile il messaggio, più si stimolano donazioni.

Donazioni negli ultimi 12 mesi VS Ricordo del messaggio pubblicitario



# Osservatorio Fundraising Online

## Rapporto 2012

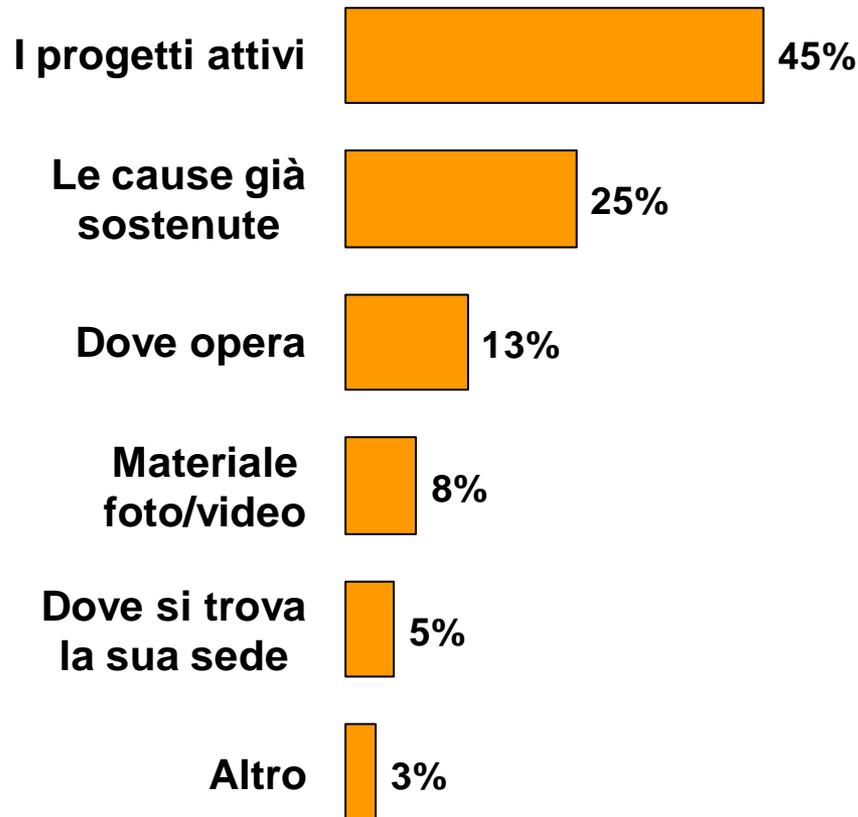
---

# INFORMAZIONE

# Contenuti informativi d'interesse sul sito

**Agli utenti interessano prevalentemente i Progetti nei quali l'ONP attualmente è impegnata e quelli già svolti**

Sei capitato per caso sul sito di una ONP. Qual è la prima cosa che decidi di approfondire?

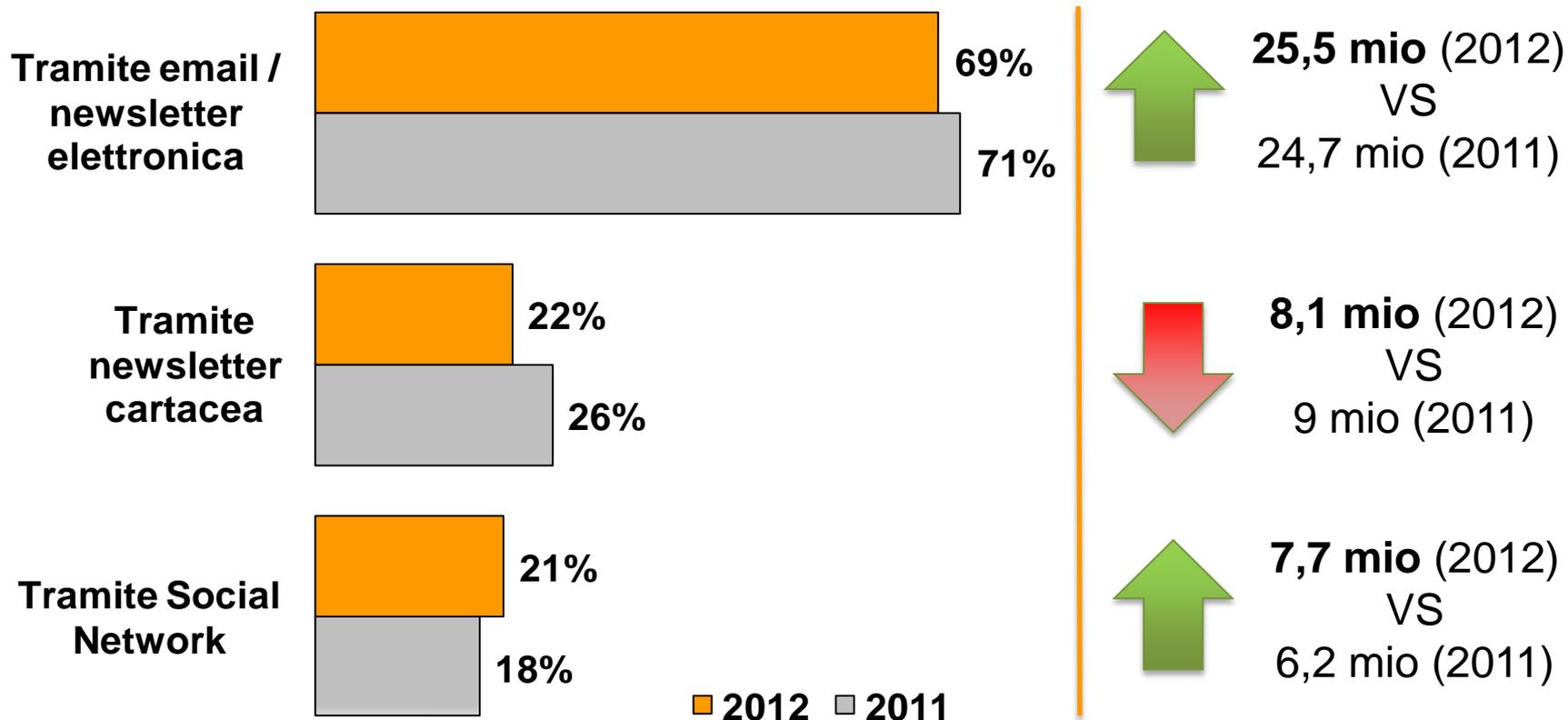


Rispetto alle rilevazioni precedenti rimane invariato il tipo di contenuto sul sito web della ONP a cui gli utenti sono principalmente interessati

# Canale d'informazione preferito

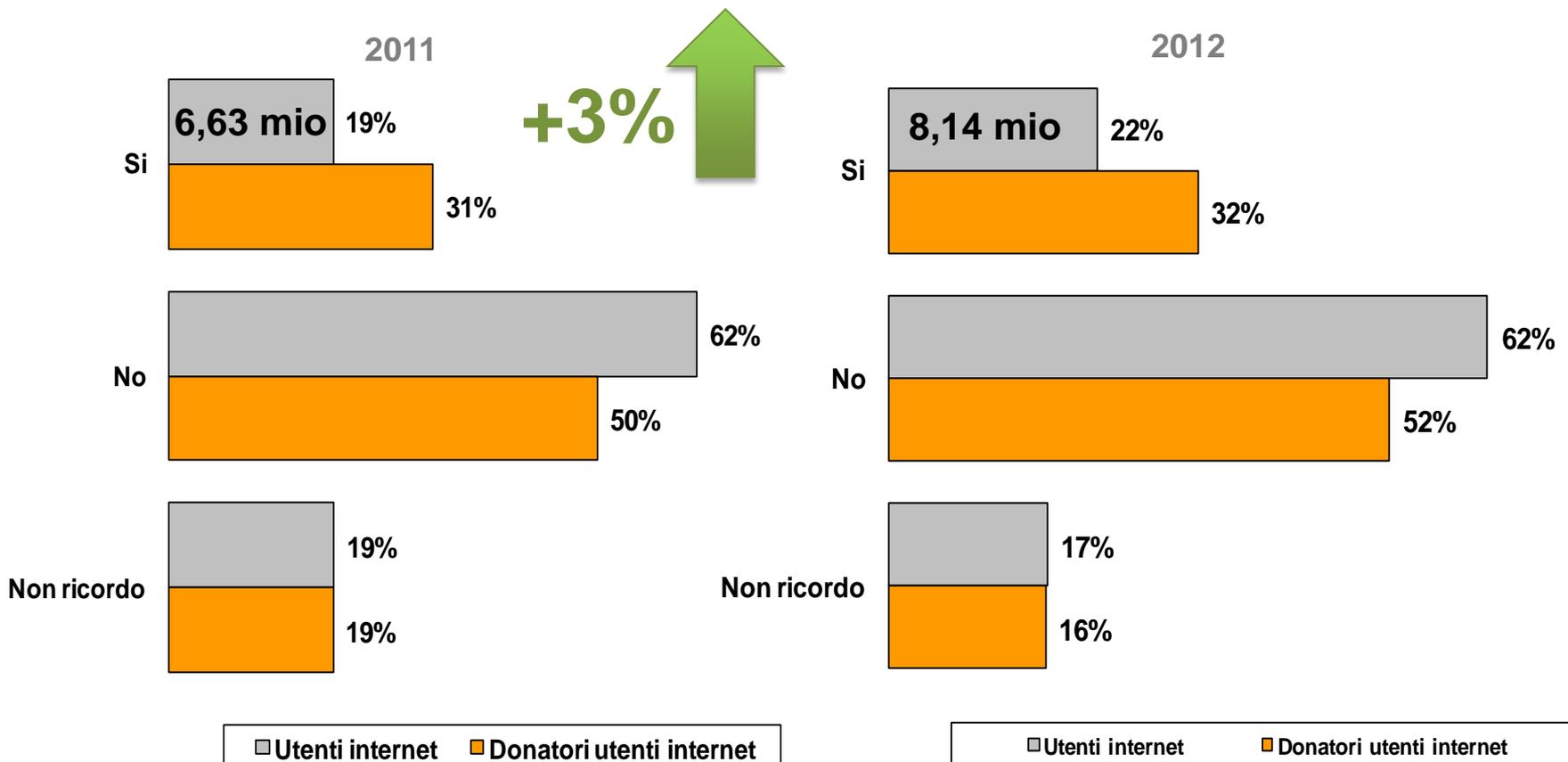
Circa il 69% degli utenti internet ha indicato che preferisce essere informato da una ONP tramite email o Newsletter elettronica.

Come preferisci essere informato da una ONP? (possibili più risposte)



# Iscrizione alle Newsletter delle ONP

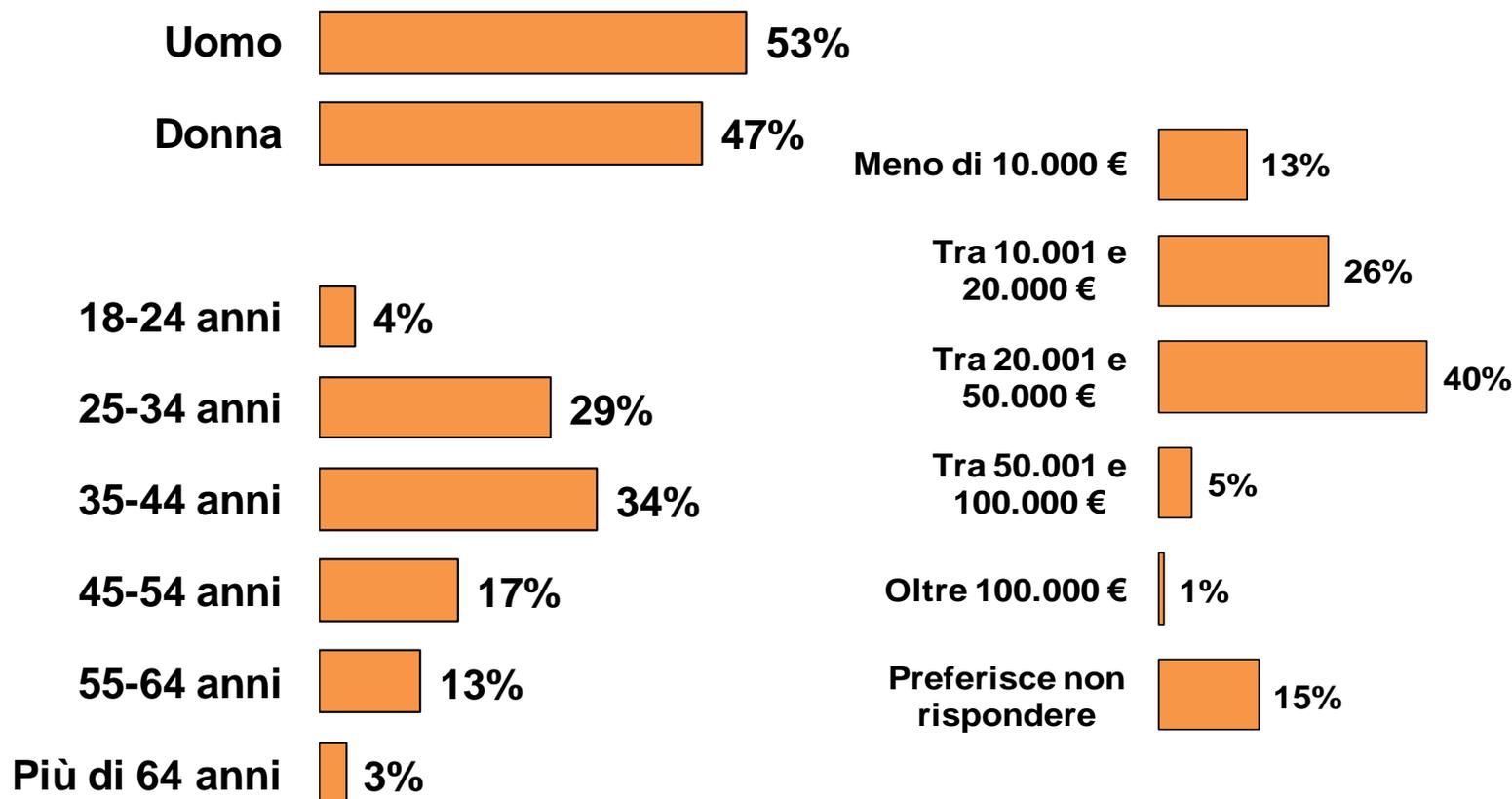
E' aumentato sia in termini relativi che assoluti il numero di iscritti alle Newsletter delle ONP



Base: totale campione (1800), donatori (839) – OFO 2011

Base: totale campione (2000), donatori (1082) – OFO 2012

# Profilo utenti iscritti alle Newsletter delle ONP

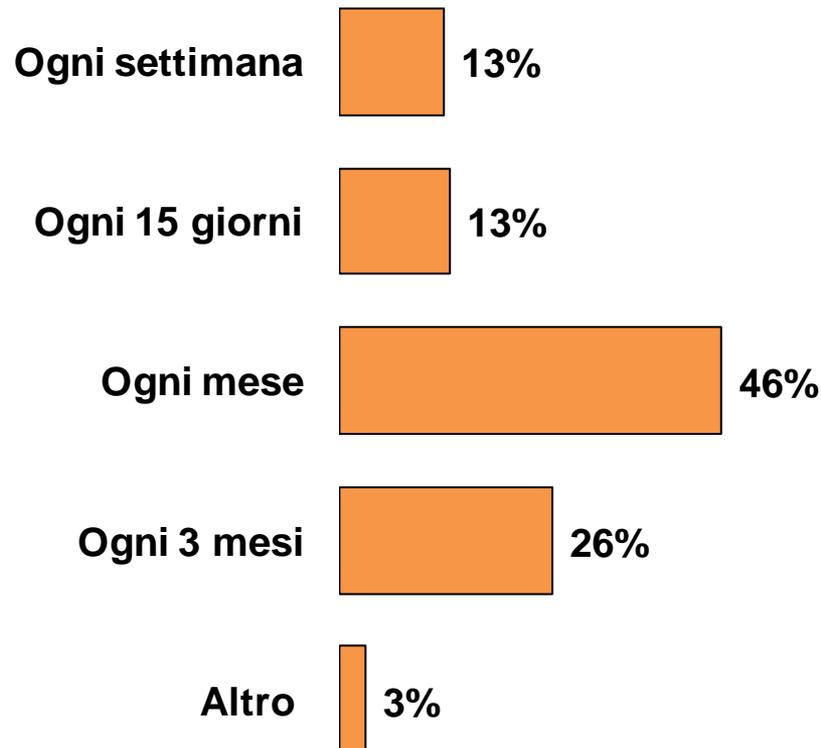


# Frequenza della Newsletter

---

**Tra gli iscritti alle NL elettroniche delle Onlus, quasi la metà desidera ricevere la newsletter mensilmente.**

Con quale frequenza vorresti ricevere le newsletter a cui sei iscritto?



# Osservatorio Fundraising Online

Rapporto 2012

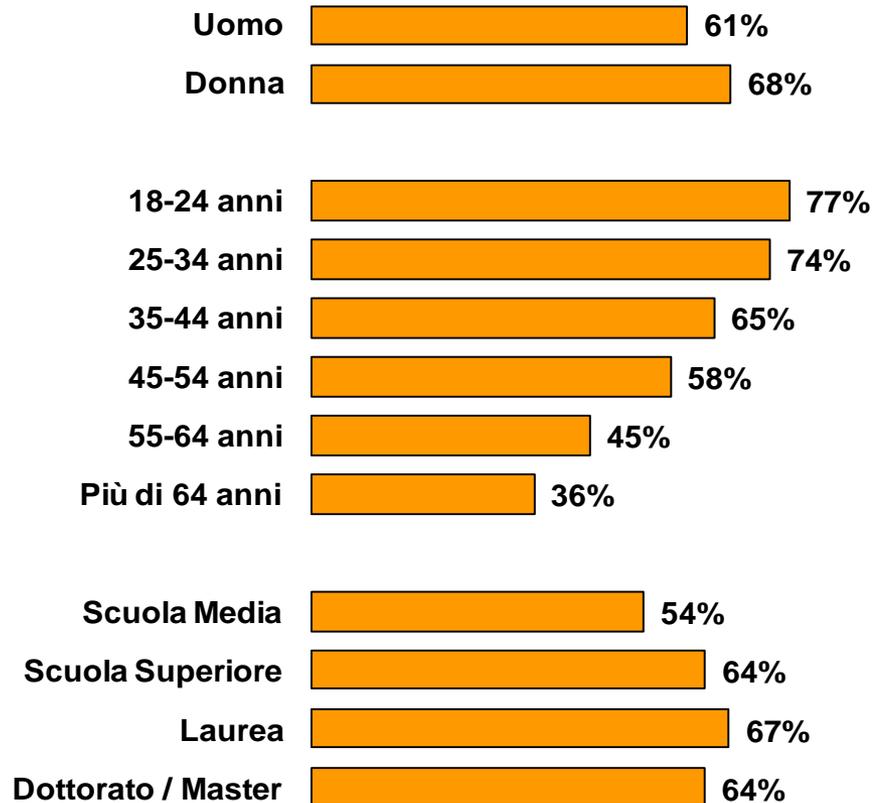
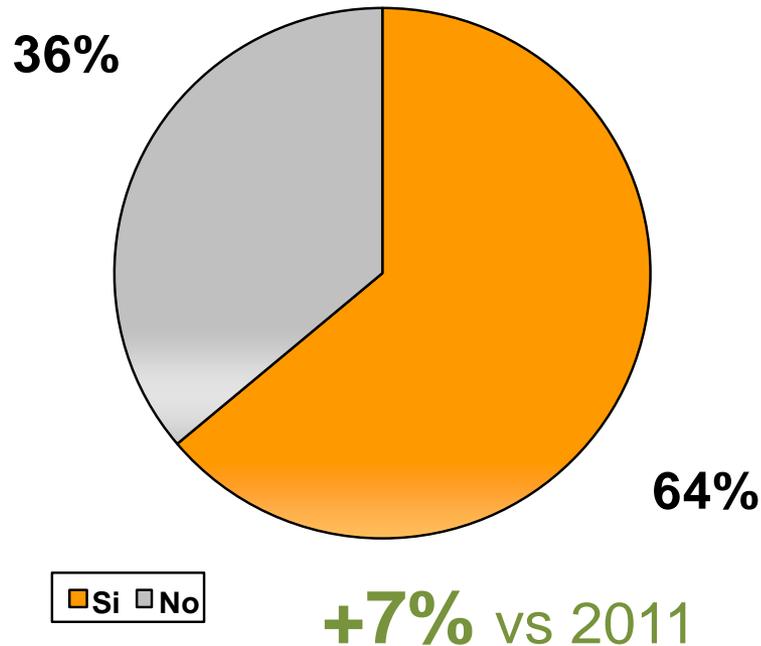
---

## PARTECIPAZIONE

# Uso dei Social Network

**Il 64% della popolazione internet in Italia usa i Social Network e consulta i blog, ovvero 3 italiani su 5, pari a oltre 23 milioni!**

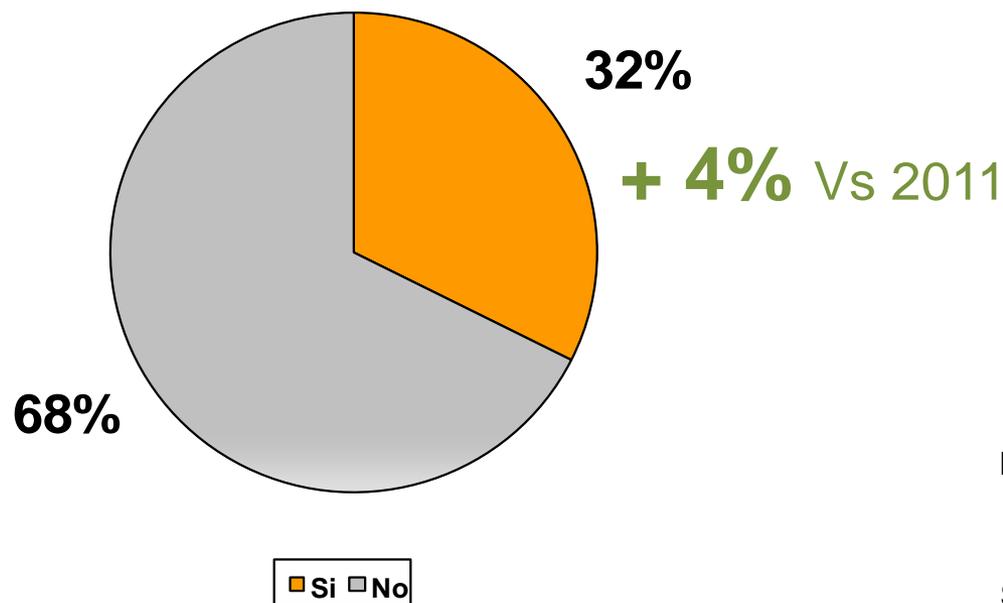
Usi i Social Network e i Blog?



# “Amicizia” nei Social Network

Il 32% della popolazione internet che usa i Social Network e consulta i blog dichiara di essere “amico” di una ONP nei Social Network.

Nei social network, sei “amico” di una ONP?



Uomo 19%

Donna 22%

18-24 anni 30%

25-34 anni 26%

35-44 anni 21%

45-54 anni 18%

55-64 anni 12%

Più di 64 anni 9%

Scuola Media 16%

Scuola Superiore 20%

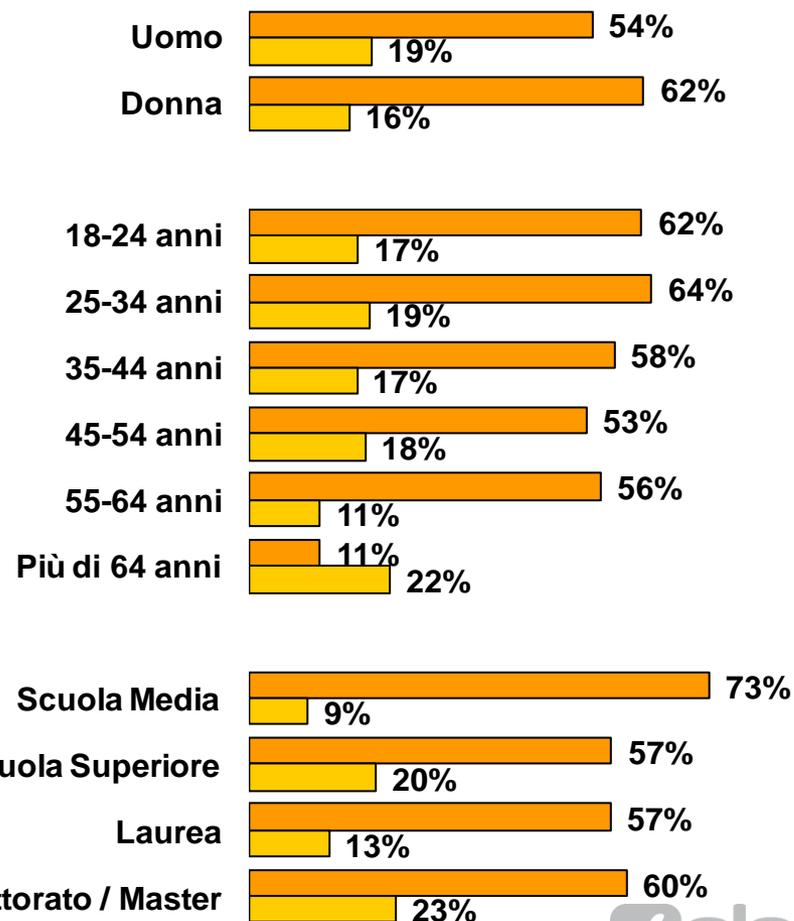
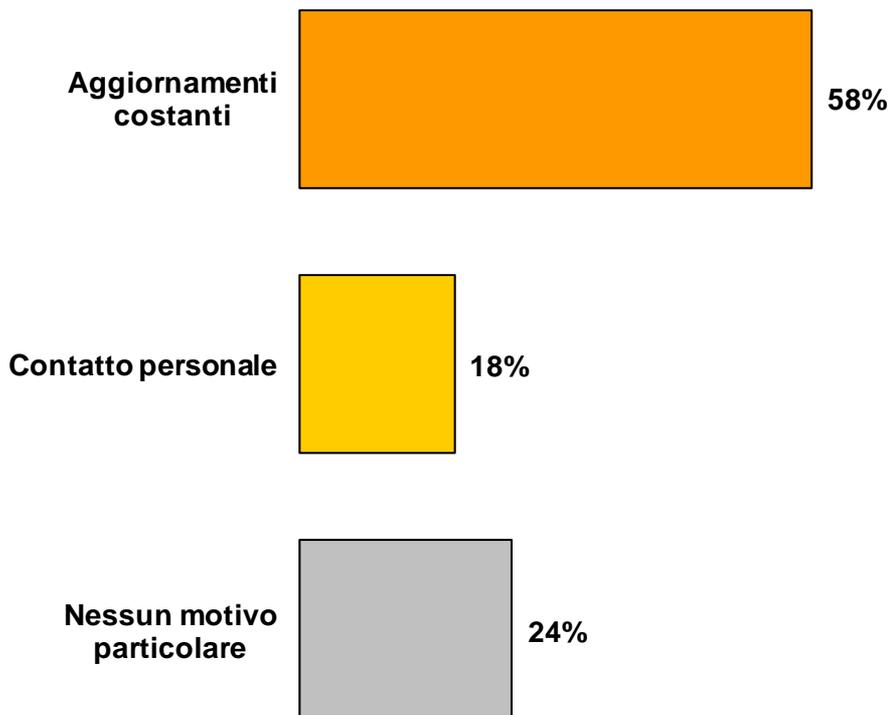
Laurea 21%

Dottorato / Master 26%

# Aggiornamento con i Social Network

Oltre la metà degli “amici” delle ONP nei Social Network è spinta dal desiderio di essere aggiornato con costanza

Perché decidi di essere amico di una ONP in un SN?

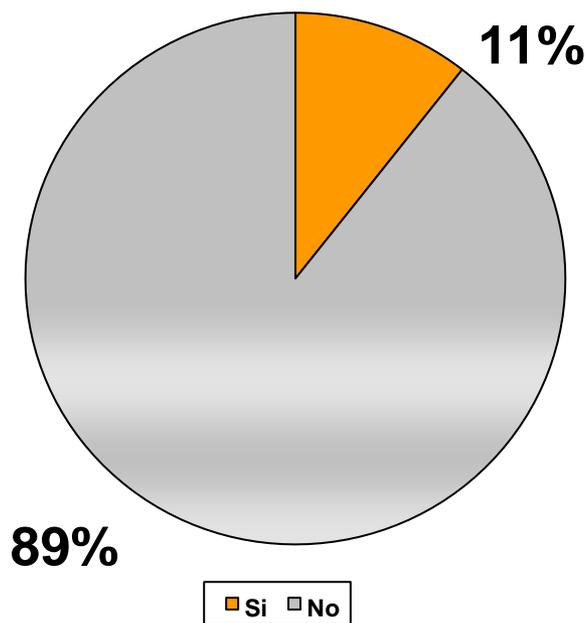


Base: è amico di ONP sui SN (414) – OFO 2012

# Donazione e Social Network

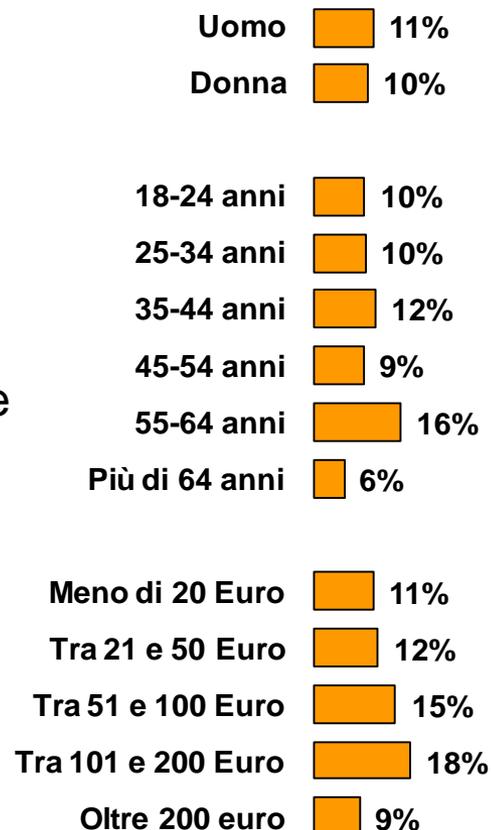
**Circa 1 persona su 10 ha dichiarato di aver effettuato una donazione dopo aver visionato un messaggio su un Social Network.**

Hai mai effettuato una donazione dopo essere stato sollecitato da messaggi, video, foto su un social network?



**Ca. 2,6 mio.** di utenti online hanno donato dopo una sollecitazione sui SN.

% di utenti per ogni variabile



# Osservatorio Fundraising Online

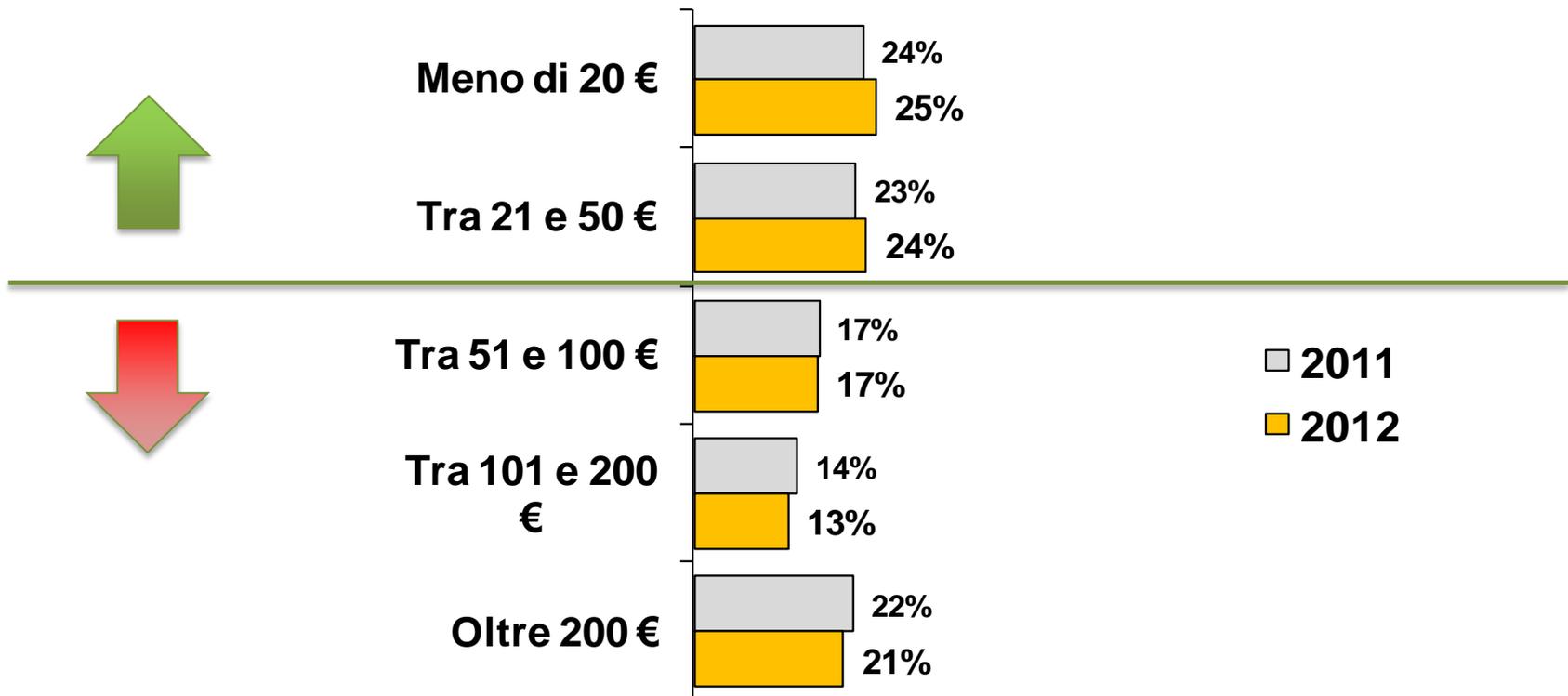
Rapporto 2012

---

## ANALISI SULL'IMPORTO DELLE DONAZIONI

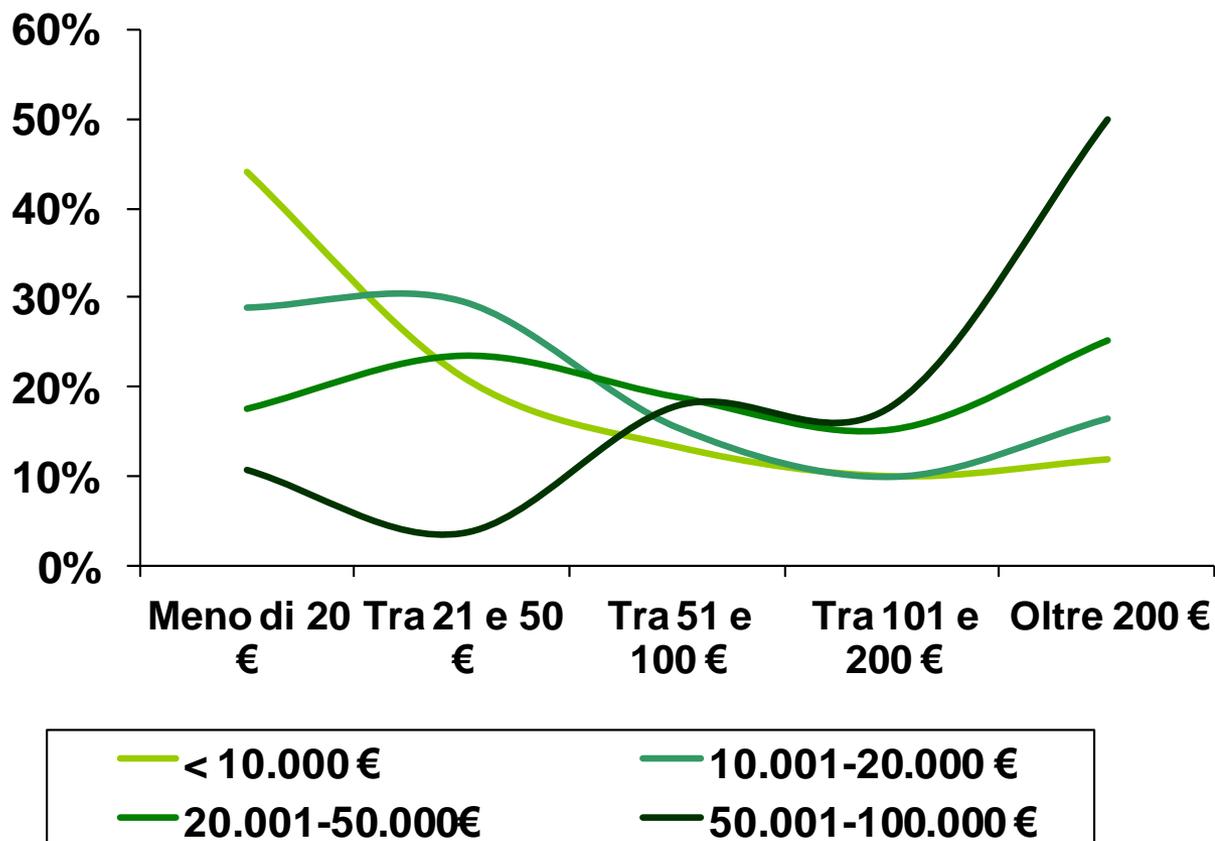
# Importo annuale delle donazioni

Rispetto al 2011 diminuiscono del 2%  
le donazioni con importo superiore a 50€



# Importo annuale delle donazioni

## Reddito vs Valore donazione all'anno



# Importo annuale delle donazioni

L'importo medio annuale delle donazioni varia molto in base alla fascia d'età



Valore Medio Ponderato  
dell'importo totale  
donato all'anno

**130 €**

Valore della Moda  
(ovvero valore più frequente)

**50 €**

■ 15-34 anni   ■ 35-54 anni   ■ 55-74 anni

# Principio di Pareto

---

## Definizione da Wikipedia

Nel 1897 Pareto, studiando la distribuzione dei redditi, dimostrò che in una data regione solo pochi individui possedevano la maggior parte della ricchezza.

Questa osservazione ispirò la cosiddetta "legge 80/20", una **legge empirica** nota anche con il nome di **principio di Pareto** e che è sintetizzabile nell'affermazione:

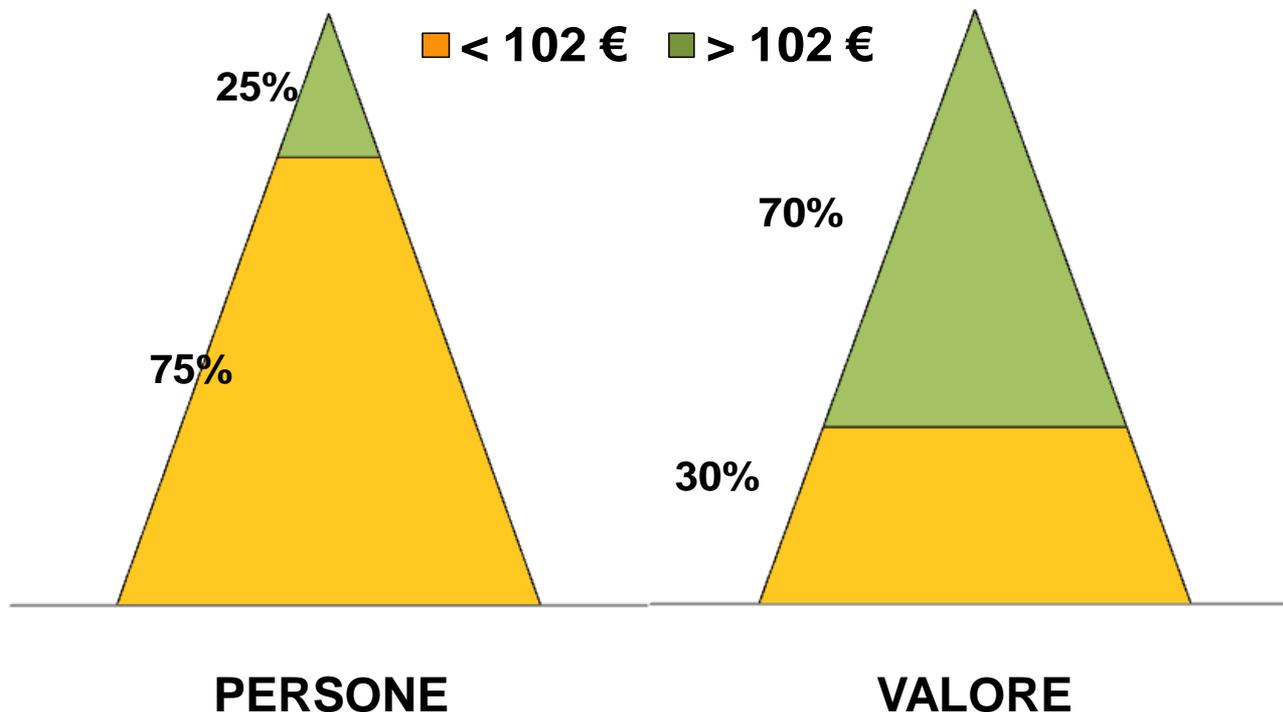
*“la maggior parte degli effetti è dovuta ad un numero ristretto di cause”*

Naturalmente i valori 80% e 20% sono ottenuti mediante osservazioni empiriche e sono solo indicativi, ma è interessante notare come numerosi fenomeni abbiano una distribuzione statistica in linea con questi valori.

# Valore annuale delle donazioni (18-34 anni)

**CLUSTER 18 – 34 anni : 102 € valor medio**

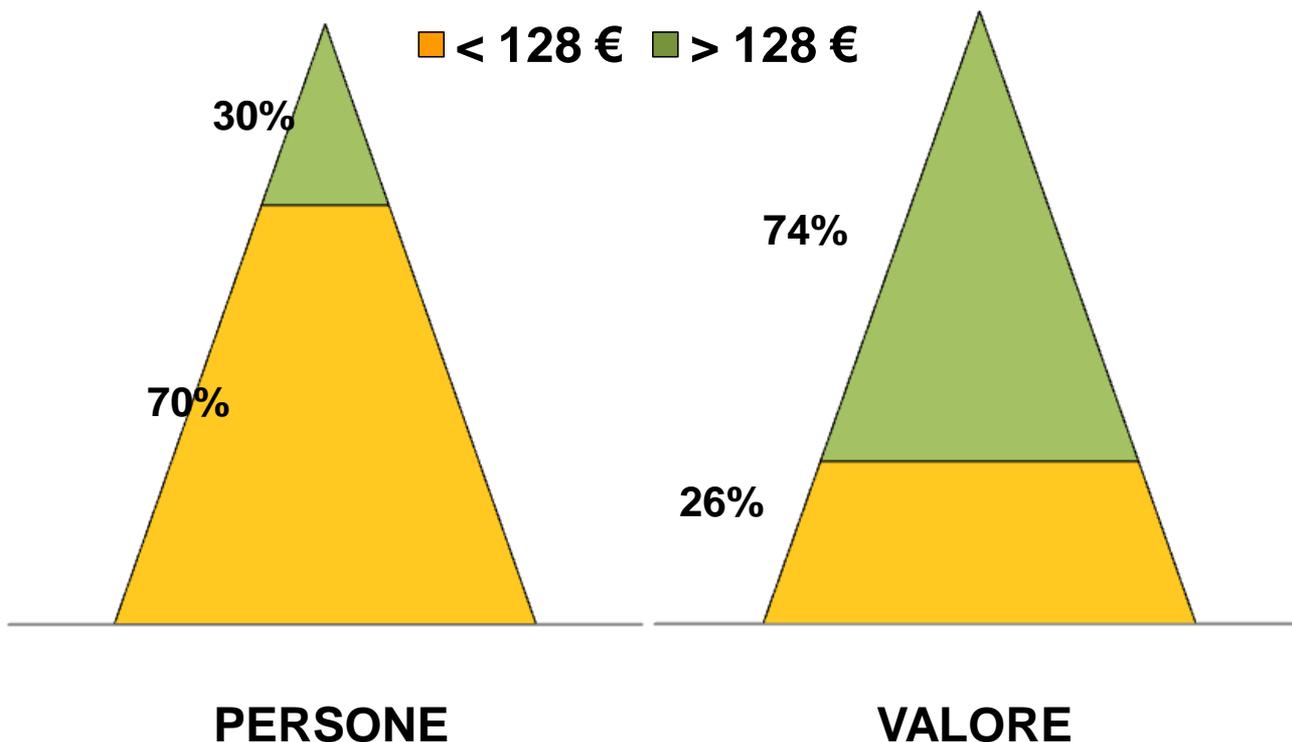
**Il 25% dei donatori è sopra media e contribuisce in termini di donazioni per il 70% del valore donato**



# Valore annuale delle donazioni (35-54 anni)

**CLUSTER 35 – 54 anni : 128 € valor medio**

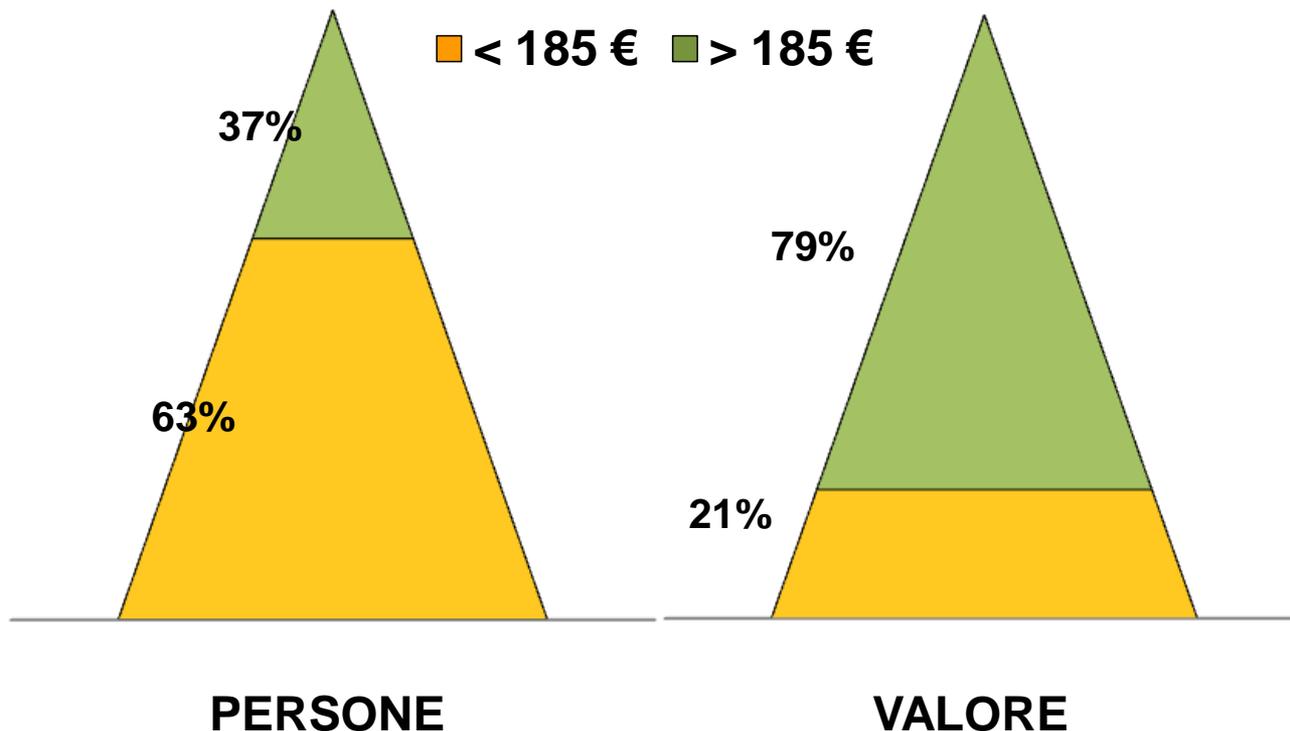
**Il 30% dei donatori è sopra media e contribuisce in termini di donazioni per il 74% del valore donato**



# Valore annuale delle donazioni (55-74 anni)

**CLUSTER 55 – 74 anni : 185 € valor medio**

**Il 30% dei donatori è sopra media e contribuisce in termini di donazioni per il 74% del valore donato**



# Infografica OFO 2012

Vai su [osservatoriofundraising.org](http://osservatoriofundraising.org)  
nella pagina **REPORT**

Copia l'immagine per usarla nelle  
tue presentazioni

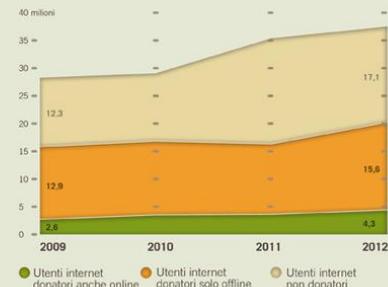
Condividi con i tuoi colleghi e amici  
la nuova INFOGRAFICA 2012 !  
(online dal 10 ottobre)



## Web e Non Profit Italia 2012

osservatoriofundraising.org

### UTENTI INTERNET



### DONAZIONI

#### Ambiti di donazione



#### Profilo dei donatori utenti internet



#### Frequenza delle donazioni



#### Periodi di donazione

Il 40% dona con maggiore frequenza in alcuni mesi dell'anno.

#### Metodologia di indagine

Ricerca annuale che analizza dal 2009 l'evoluzione della relazione online degli utenti internet italiani con le Organizzazioni Non Profit.

2000 interviste rappresentative della popolazione italiana maggiorenne che utilizza internet, secondo i parametri rilevati da Audiweb

#### Tecnica di ricerca

Ricerca quantitativa online con tecnica CAWI (Computer Assisted Web Interview)

54 domande, 7 capitoli d'indagine, oltre 30 aspetti indagati. Nuovo tema 2012: lasciti testamentari

## Prossima Edizione Autunno 2013

OFO è un'iniziativa di



[www.slash.it](http://www.slash.it)

con la collaborazione di



[www.qmark.it](http://www.qmark.it)

Patrocinio di



Media partner



[www.vita.it](http://www.vita.it)