

DONARE 3.0



#donare3punto0

BARRIERE E OPPORTUNITÀ NELL'ERA DIGITALE

MILANO - 18 MARZO



Obiettivi della Ricerca

Osservare quanto il **fenomeno** delle donazioni è **penetrato** nella popolazione online 18-64 anni.

Comprendere i **drivers** e le **barriere** a uno sviluppo più **strutturato delle donazione online**.

In questo percorso investigativo, indagare le **abitudini**, gli **atteggiamenti attuali e futuri**, per dar vita ad un quadro completo del **perché**, **quanto**, **come** e **dove** si dona ed **eventuali needs** non coperti.

Metodologia e campione

È stata condotta una **Ricerca quantitativa** con interviste **CAWI** sul **panel di proprietà**:

- a) *1.000 rispondenti*
- b) *Rappresentanti degli internauti italiani 18-64;*
- c) *Periodo di intervista 13-19, gennaio 2015*



Risultati principali



Donare3.0

Lo scenario delle donazioni online in Italia

Internet in Italia, alcuni numeri:



Nel giorno medio sono **20milioni** gli individui connessi tra i 18-64 anni (qualsiasi mezzo)



16milioni si connettono da mobile!

Nel 2014 l'**83%** degli internauti ha effettuato almeno **una donazione** (in qualsiasi forma)

In particolare:

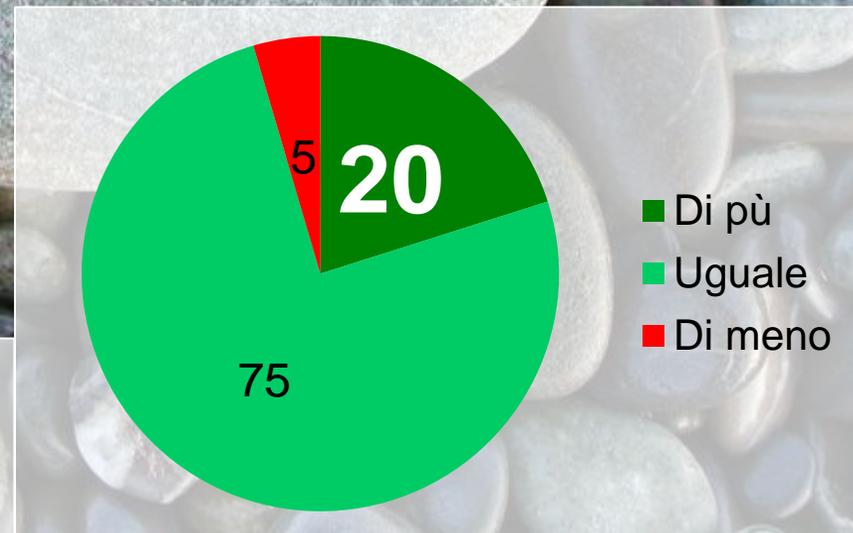
■ Solo in ricorrenze particolari ■ Più volte l'anno senza regolarità ■ Regolarmente



La **propensione a donare** a una **Organizzazione Non Profit** nel 2015 è **alta**, l'86% si dichiara propenso; **ancora più alti i dati verso il regalo solidale (92%);**

Un **2015** che sembra positivo:

1 su 5 dichiara che donerà di più



Donare fa bene... agli altri ma anche a se stessi!

Le sensazioni più citate sono decisamente egoriferite



Q10. Pensando alle donazioni: indica le **tre parole, aggettivi** che **descrivono** le **sensazioni** che **provi** quando effettui una donazione.

Base: Coloro che hanno effettuato una donazione in denaro; Dati in %;

Strictly confidential - All rights reserved

Nel 2014, sono state effettuate mediamente 3 donazioni con finalità eterogenee

Tipologie di ONP



Salute e ricerca 68



Assistenza sociale 39



Tutela dell'ambiente e degli animali 30



Cooperazione e sviluppo 20



Arte e cultura 11

Numero di ONP per cui si è donato

1

28

2-5

65

più di 5

7

Media: 3

Q11. Pensando agli ultimi 12 mesi, per quante organizzazioni hai effettuato donazioni in denaro o comprato regali solidali?

Base: Coloro che hanno effettuato una donazione in denaro(662);
Dati in %;

Oltre l'80% ha effettuato una qualche donazione, **1 su 5** ha utilizzato **internet**



L'83% ha effettuato
almeno una donazione

20% lo ha fatto utilizzando
strumenti prettamente
online



Q16. Quali modalità di pagamento **hai utilizzato** per le tue donazioni negli ultimi 12 mesi?

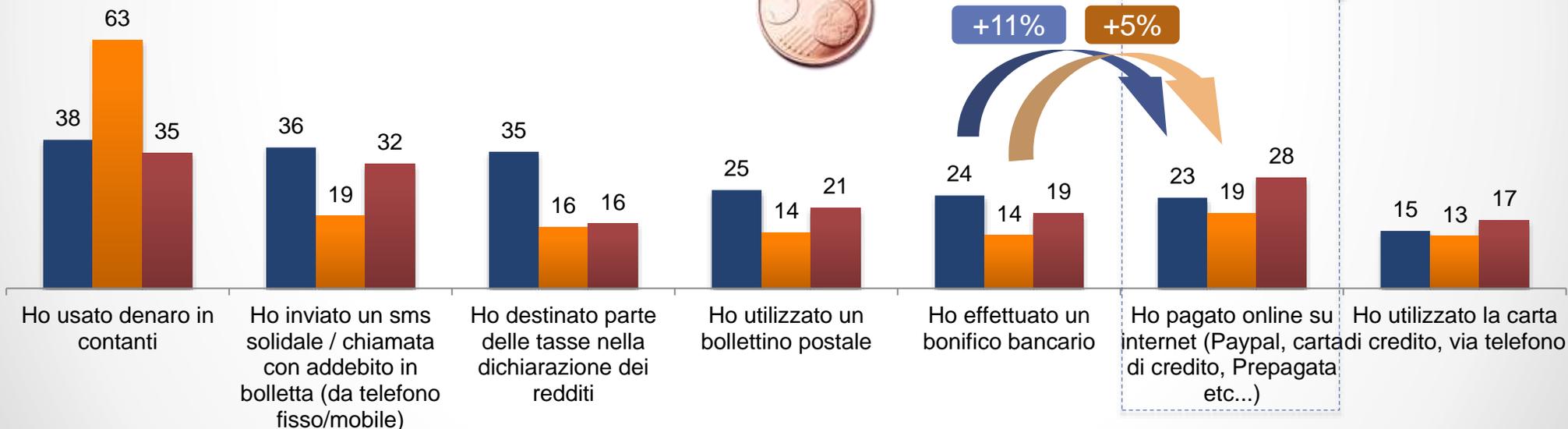
Base: Coloro che hanno effettuato una donazione in denaro/regalo solidale; Dati in %;

Strictly confidential - All rights reserved

Le modalità di pagamento sono varie, altissimo l'uso del contante per il regalo solidale



- Donazione ad Organizzazione Non Profit
- Regalo solidale
- Donazione ad un progetto di solidarietà e crowdfunding



Base: Coloro che hanno effettuato una donazione in denaro/regalo solidale/donazione a progetto; Dati in %;

Q16. Quali modalità di pagamento hai utilizzato per le tue donazioni negli ultimi 12 mesi?

Strictly confidential - All rights reserved

Se guardiamo ai desiderata, il ranking è completamente differente, internet primeggia

3

2

4

6

5

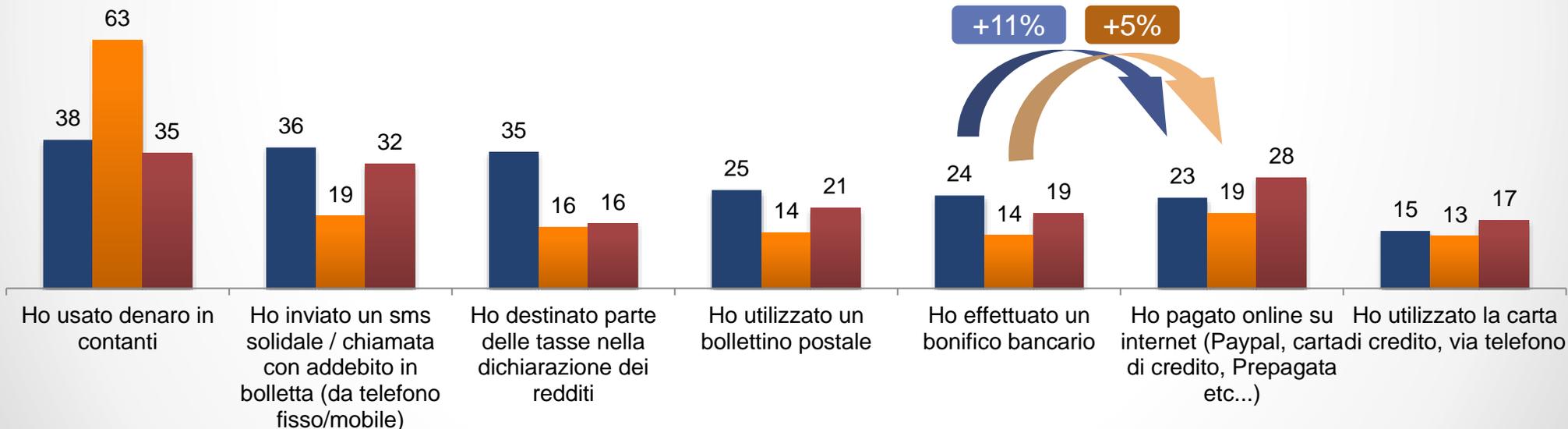
1

7

■ Donazione ad Organizzazione Non Profit

■ Regalo solidale

■ Donazione ad un progetto di solidarietà e crowdfunding

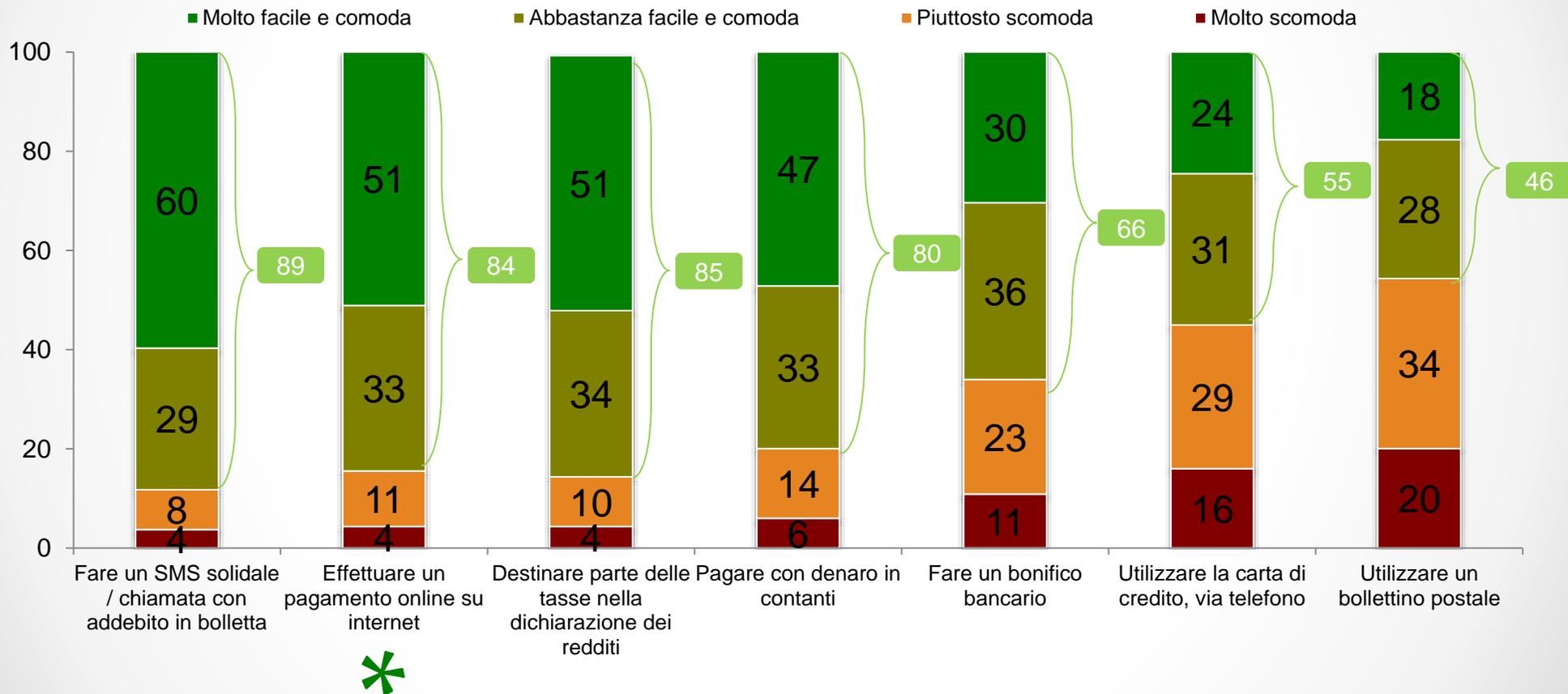


Base: Coloro che hanno effettuato una donazione in denaro/regalo solidale; Dati in %;

Q19. E potendo avere a disposizione tutte le modalità di pagamento, quali sono le 2 che sarebbero le preferite per te?

Strictly confidential - All rights reserved

Il potenziale di internet trova conferma analizzando la comodità e facilità per i pagamenti, pari all'SMS e doppia rispetto al bollettino postale!



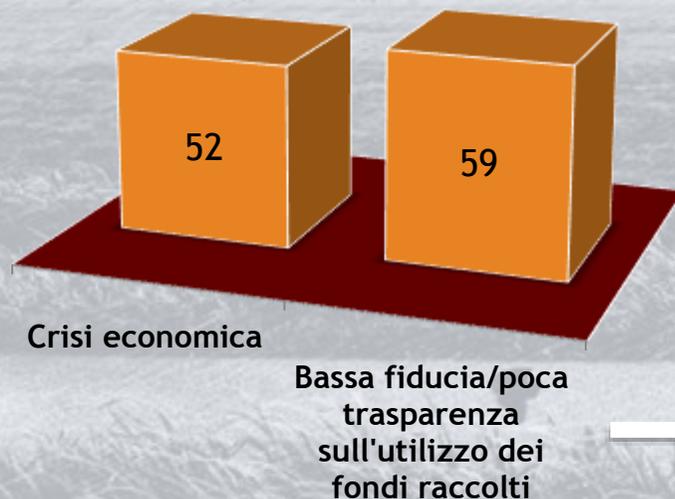
Q18. Indipendente dalle modalità che tu hai già utilizzato o meno, quanto ritieni facili e comode le seguenti modalità di pagamento per effettuare una donazione in futuro?

Base: Coloro che hanno effettuato una donazione in denaro(662); Dati in %;

Strictly confidential - All rights reserved

Quali barriere alla donazione in generale?

Tolta la crisi, non si dona perché è percepita una **scarsa comunicazione sull'utilizzo delle donazioni**



Il WEB come canale informativo o di verifica oltre che di pagamento?

Q26. Altre persone, che al contrario di te non hanno donato nulla, hanno indicato le seguenti motivazioni.

Quali, secondo te, sono i **veri motivi** perché non hanno donato?

Base: totale campione (1010); Dati in %;

Strictly confidential - All rights reserved

La barriera a pagare online è la **paura di truffe?**

Solo in parte!

Per molti il Web è un **territorio vuoto,**
lasciato dalle ONP - al momento -
scoperto!



Non mi fido di pagare online

39

Non saprei a chi donare

36

L'organizzazione scelta non prevede donazioni online

36

55



Le attuali **fonti di conoscenza** delle Organizzazioni Non Profit, per cui si è donato, sono per lo più **personali**, **internet è ancora molto marginale**.

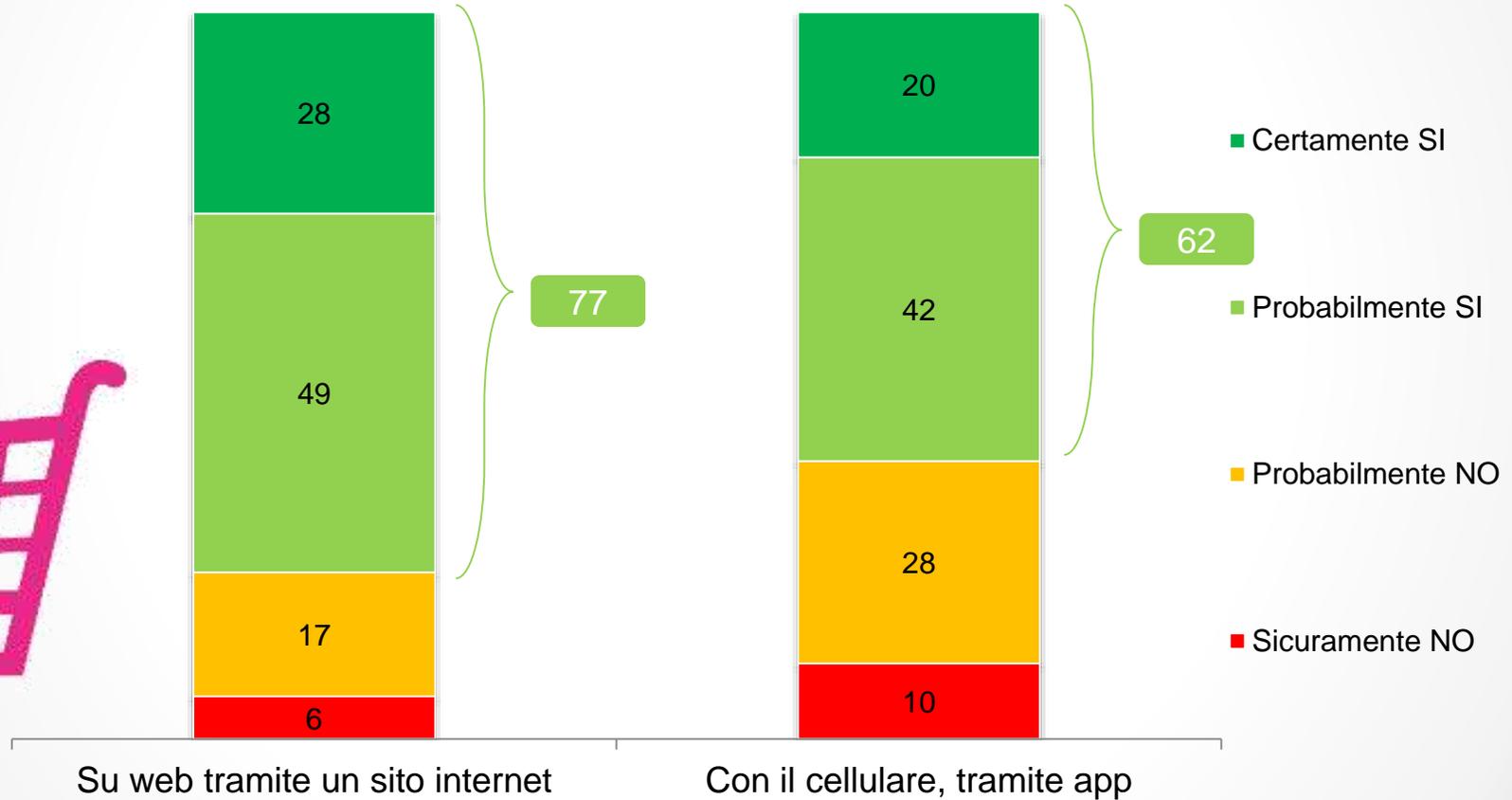


Q14. Come sei venuto a **conoscenza dell'iniziativa/e di solidarietà** a cui hai aderito negli ultimi 12 mesi?

Base: Coloro che hanno effettuato una donazione in denaro(662);
Dati in %;

Strictly confidential - All rights reserved

Risulta fondamentale coprire questo gap poichè emerge altissima la propensione a utilizzare il web per le donazioni (sia da desktop che in mobilità)



Q22. In **futuro** pensi potresti effettuare una **donazione ad un'ONP/iniziativa pagando online sul web o tramite cellulare con un'applicazione (NON SMS)?**

Base: Chi non ha effettuato una donazione in denaro pagando online (646); Dati in %;
Strictly confidential - All rights reserved

Potenziale che oggi non è sfruttato.

Si evidenziano infatti lacune profonde ma, fortunatamente, una grande opportunità per il futuro!



- A circa il **30%** degli intervistati **non risulta vi sia un sito**
- **La metà (47%)** degli intervistati **non sa se siano presenti sui social media** (es. Facebook etc.)
- La stragrande maggioranza **non crede vi sia un'App (83%)**
- Solo 1 su 3 ha un sito navigabile "mobile"

Inoltre si evidenzia un'altissima correlazione
“shopping online <-> donazione”
confermando la potenzialità enorme del canale!

36%

fa acquisti
online

Dono...

Regolarmente

64

Più volte l'anno senza regolarità

44

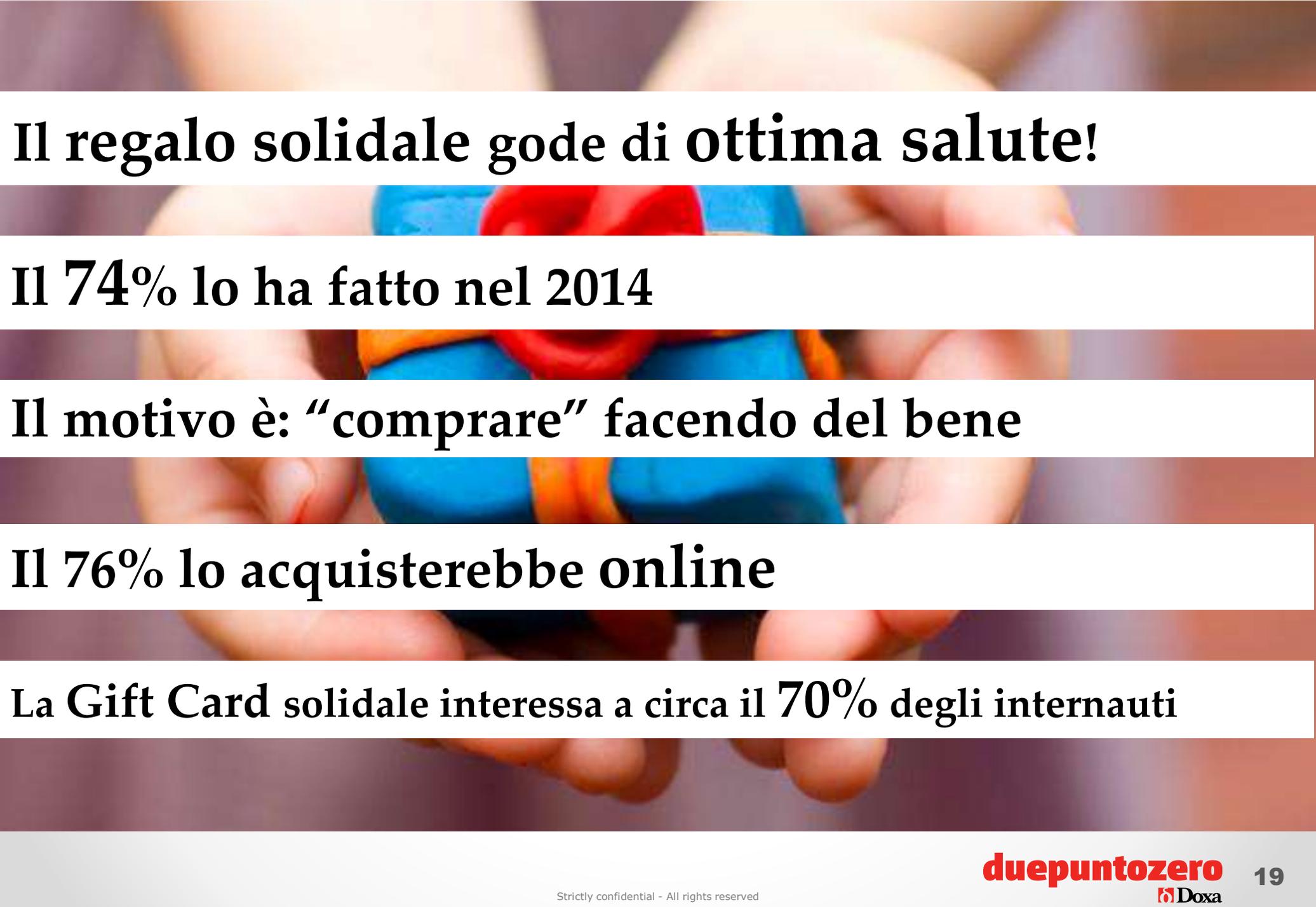
32

Mai

25

Solo in alcuni momenti (Pasqua, Natale etc.)

Faccio acquisti online

A pair of hands is shown holding a colorful, textured gift card. The card has a red center and blue and orange sections. The background is a soft, out-of-focus brown.

Il regalo solidale gode di ottima salute!

Il 74% lo ha fatto nel 2014

Il motivo è: “comprare” facendo del bene

Il 76% lo acquisterebbe online

La Gift Card solidale interessa a circa il 70% degli internauti

Conclusioni

I donatori online sono tanti, oltre l'80% dei navigatori tra i 18-64 anni è donatore, e donano sia per motivi di altruismo sia soprattutto per far del bene a se stessi

Nel 2015 si preannunciano incrementi nelle donazioni: alta è la propensione a effettuare almeno una donazione e circa il 20% dichiara che donerà di più

Sebbene già 1 su 5 abbia usato internet come canale di pagamento per donare, ad oggi il Web è oggettivamente un canale sotto-utilizzato

Si evidenziano carenze strutturali, infatti gli utenti web mostrano bassa notorietà e utilizzo dei touch point digitali (siti, canali social, App, mobile, etc) degli operatori del settore

Il potenziale da sfruttare per il Terzo settore è duplice: sia in termini conoscitivi (per accrescere la propria notorietà e informare sull'utilizzo delle donazioni) sia strumentali a sostegno delle campagne di raccolta fondi online

Internet risulta (idealmente) il canale preferito per le donazioni per la sua semplicità, al pari di sms, e molto più comodo di altri pagamenti tradizionali (bollettino o bonifico)

I progetti di solidarietà sembrano aver sfruttato bene internet: più di un quarto delle donazioni sono state effettuate online (anche attraverso il crowdfunding)

Infine, il regalo solidale è tra le donazioni più amate dagli italiani digitali, ben il 74% ne ha fatto uno nel 2014; molto interessante il dato rilevato anche sulla GIFT CARD solidale che attira l'interesse di circa il 70% degli internauti

DONARE 3.0



#donare3punto0

BARRIERE E OPPORTUNITÀ NELL'ERA DIGITALE

GRAZIE