

# Donare 3.0 Edizione 2018



## 4° edizione di **Donare 3.0** condotto da Doxa in collaborazione con **PayPal** e **Rete del Dono**

---

L'osservatorio che misura :

- quanto il **fenomeno** delle donazioni sia diffuso **nella popolazione internauta italiana**;
- i **driver** e le **barriere** ad uno sviluppo più **strutturato on line**.
- le **abitudini**, gli **atteggiamenti attuali** e **futuri degli onliners**

1000 interviste a popolazione 18-64 anni  
Interviste condotte nel mese di Marzo 2018

# Internet in Italia

24,5 milioni di italiani nel giorno medio + 11% y/y

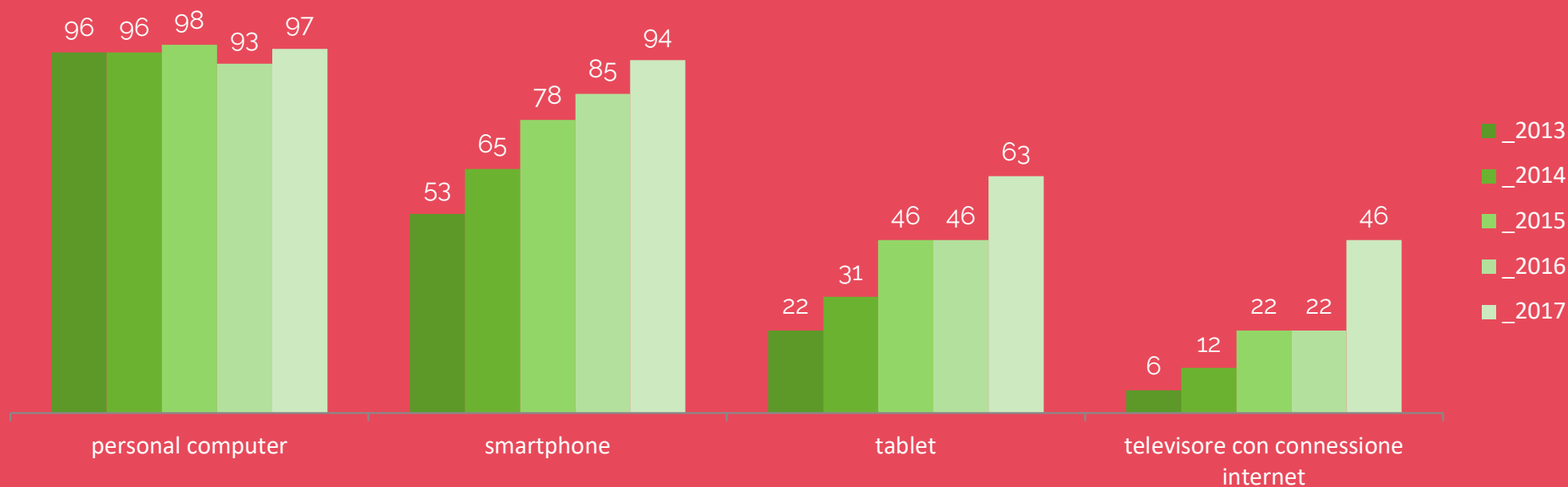
12,3 milioni da PC

21 milioni da mobile (12,2 solo da Mobile)



# Sempre più connessi con più oggetti

## Dispositivi utilizzati per connettersi

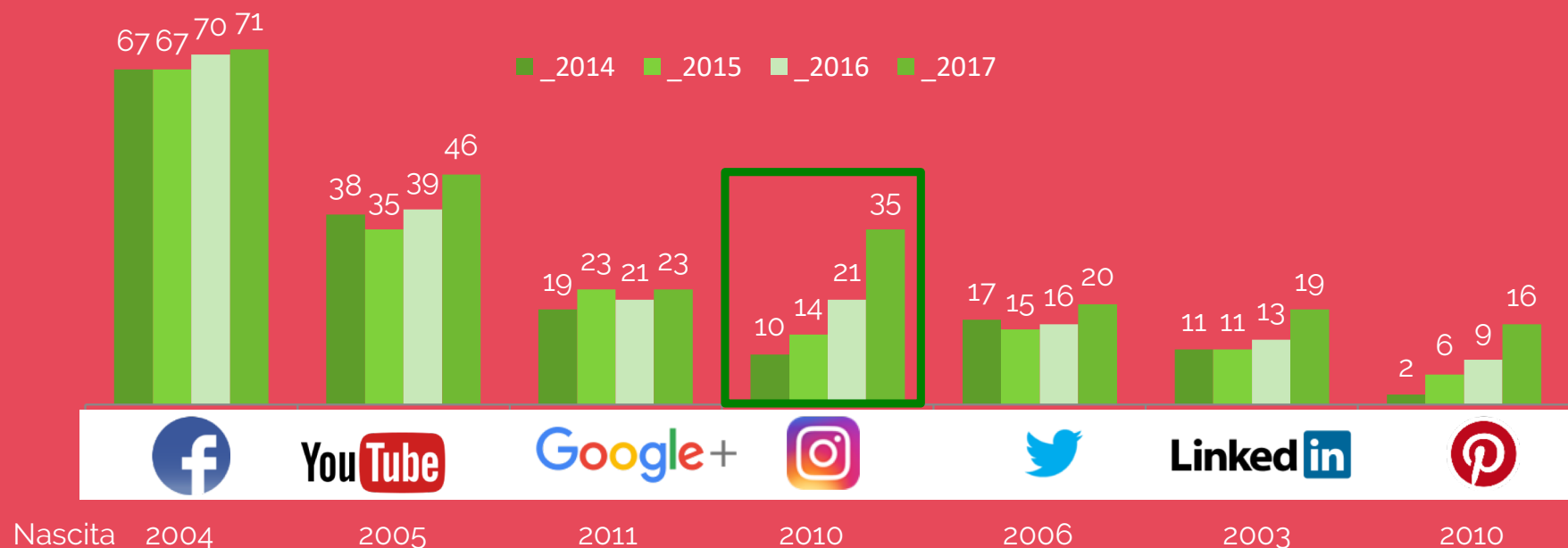


«Quale di questi dispositivi utilizzati per navigare?»

Totale campione - 1.000 Italia 2.0 wave Dicembre 2017, Dati in % Users Internet 18+

# Instagram continua la sua crescita!

Gli active users - Iscritti e utilizzatori  
(wave a confronto: marzo 2014, aprile 2015, aprile 2016– valori%)



«A quale dei seguenti social network sei iscritto o sei stato iscritto in passato, con tua ID e password?» (sono iscritto e attualmente lo uso)  
Totale campione - 1.000 Italia 2.0; Users Internet 18+

# Generazioni a confronto...

Mi connetto tutti i giorni



**M**illennial



59%

95%

**Gen X**



68%

89%

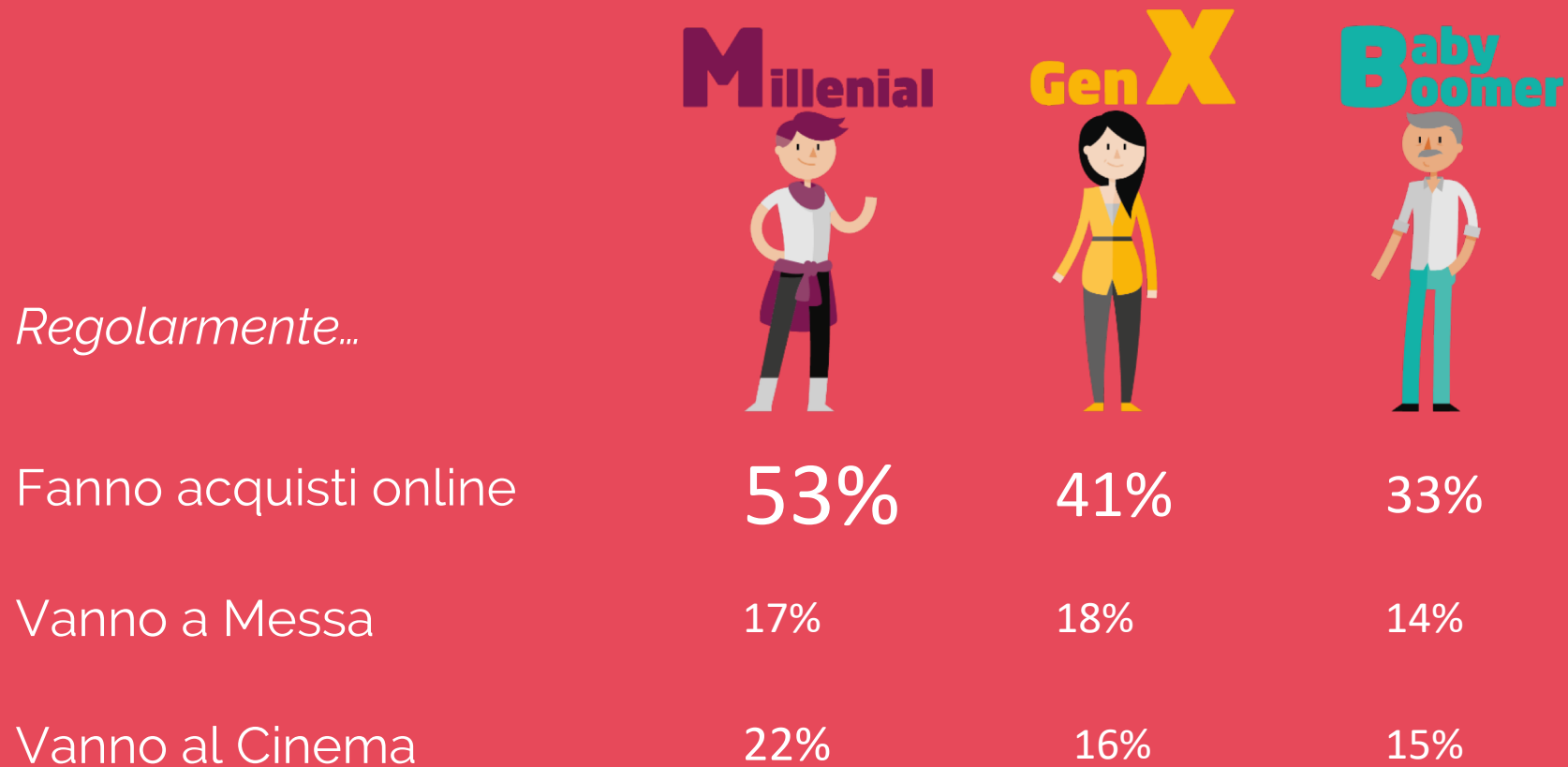
**B**aby Boomer



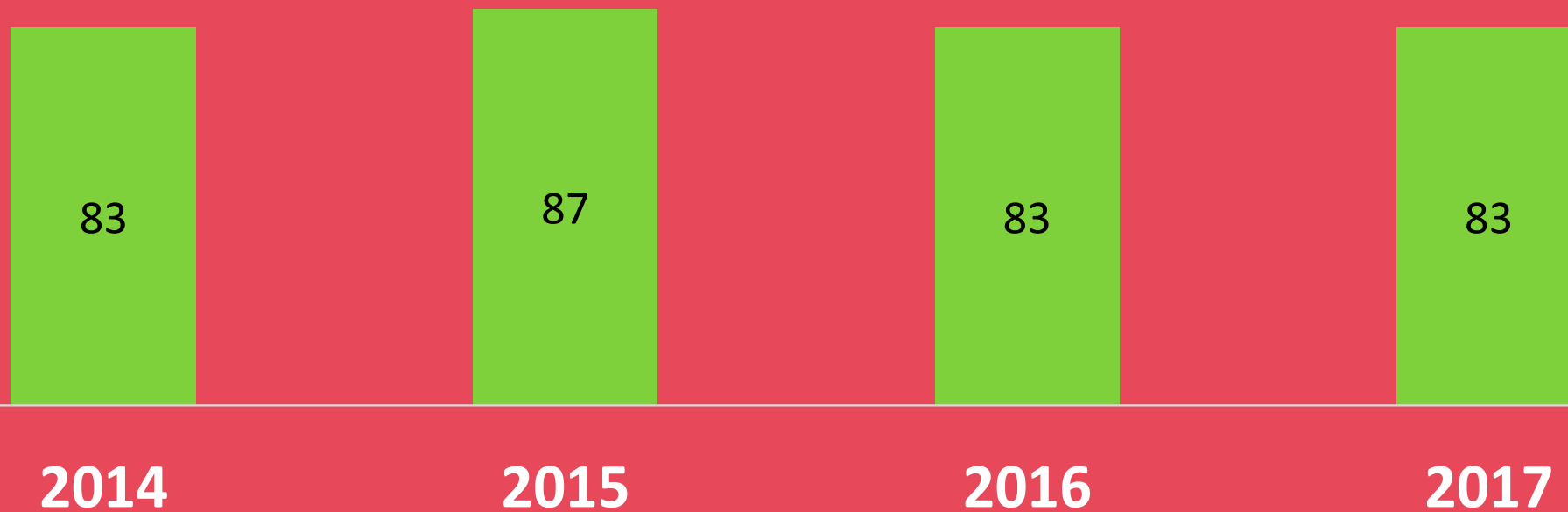
79%

77%

# Generazioni a confronto...



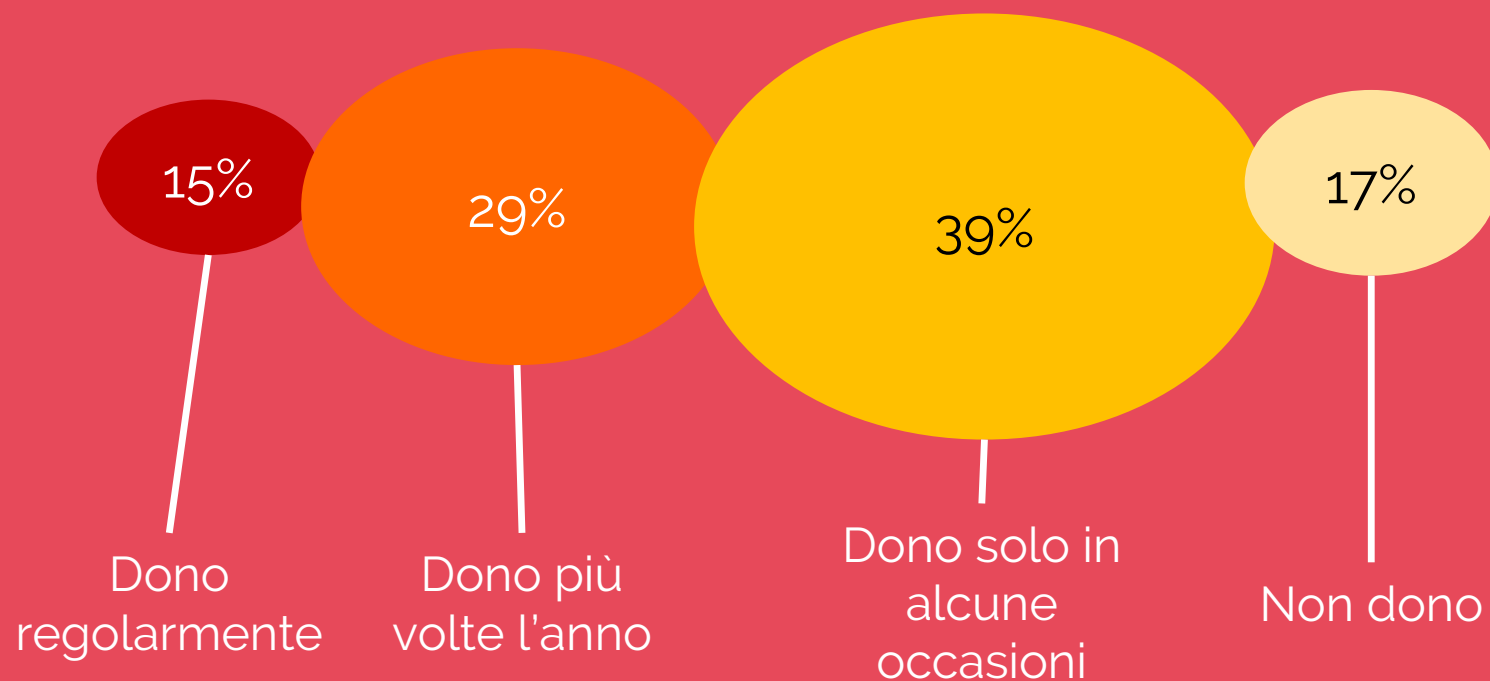
# 8 su 10 si confermano donatori



Q. Con che **frequenza** hai fatto le seguenti **attività** negli **ultimi 12 mesi**?  
Base totale campione



# Ma a livelli differenti





**M**illennial

16%

27%

39%

18%



**Gen X**

16%

**32%**

35%

16%



**B**aby Boomer

11%

25%

**47%**

17%

15%

29%

39%

17%

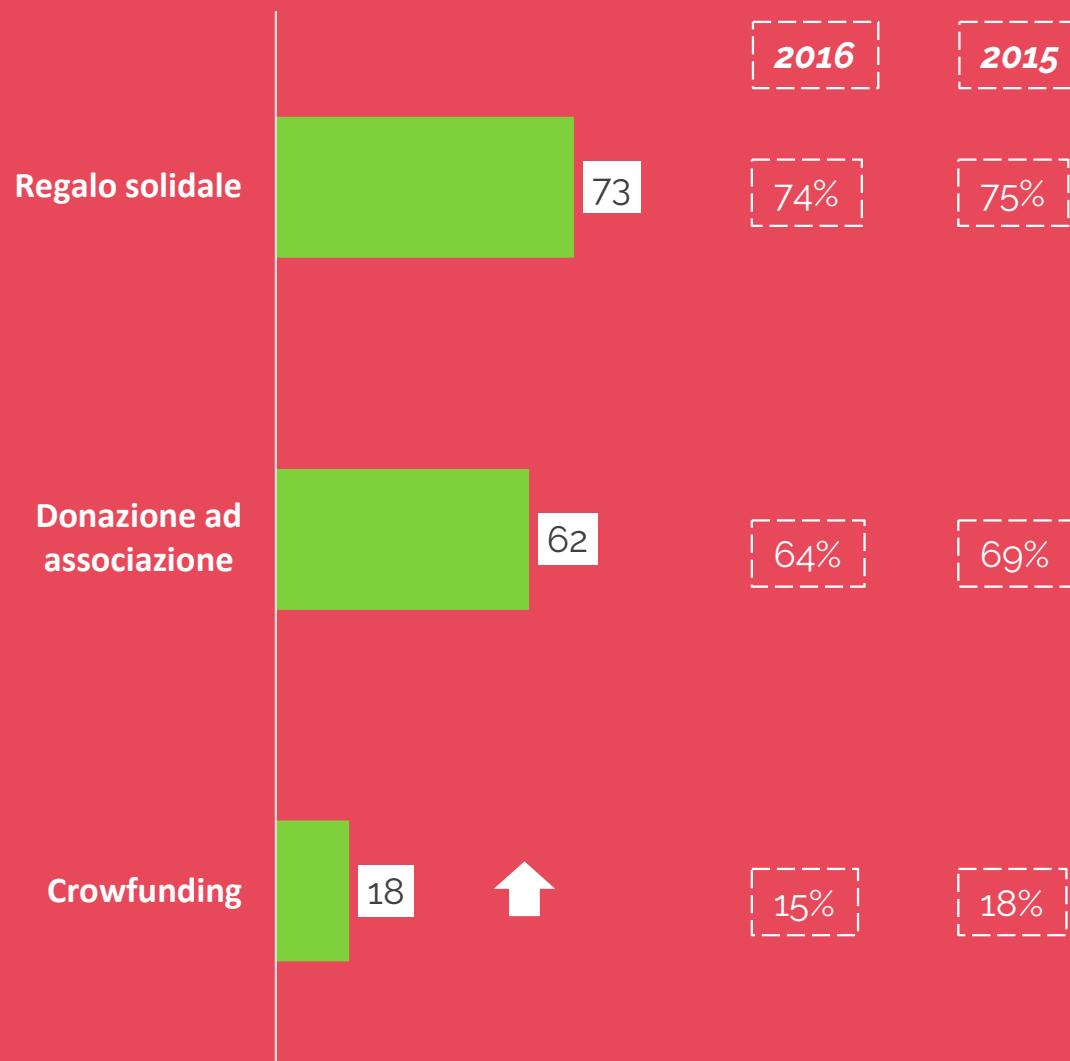
Dono  
regolarmente

Dono più  
volte l'anno

Dono solo in  
alcune  
occasioni

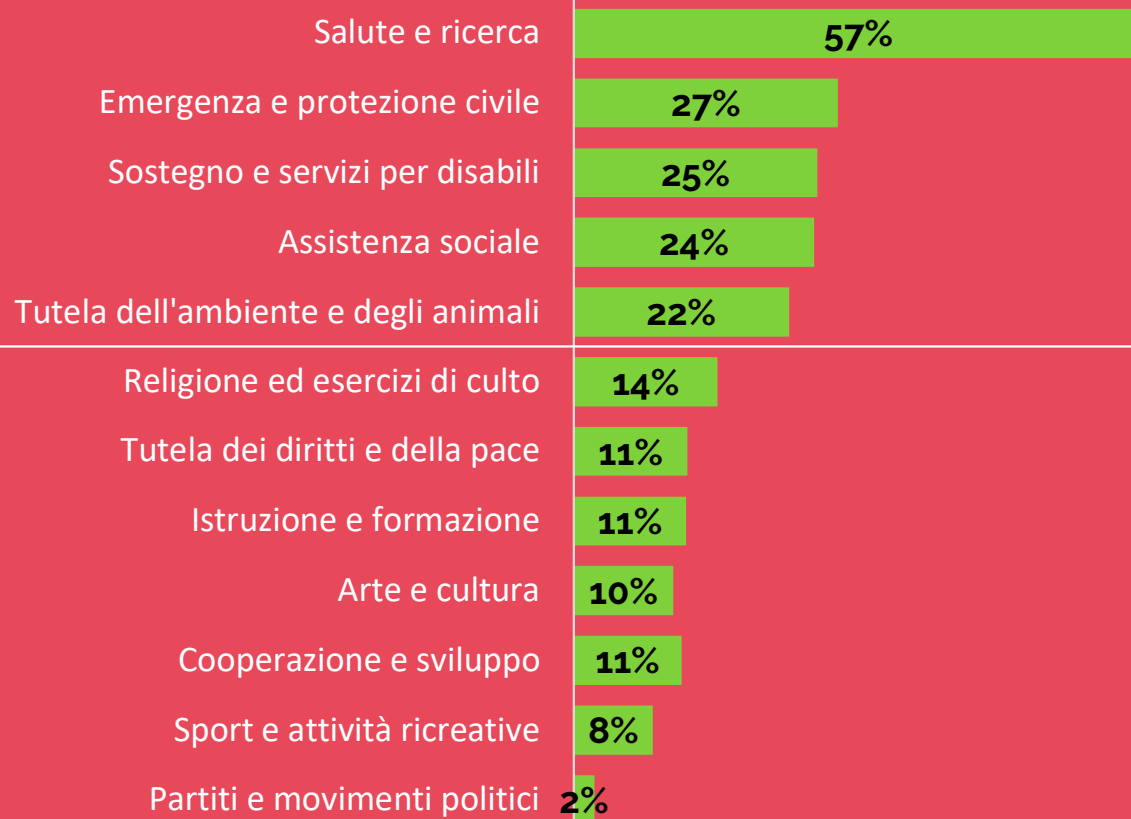
Non dono

Nello scorso anno solo il **Crowdfunding** cresce e recupera i punti persi l'anno precedente, le altre modalità sono in calo



Q. Con che **frequenza** hai fatto le seguenti **attività** negli **ultimi 12 mesi**?  
Base totale campione

# A chi si è donato nel 2017?



	Millennial	Gen X	Baby Boomer
	51%	60%	65%
	25%	31%	18%
	24%	25%	25%
	24%	24%	27%
	19%	24%	22%
	11%	18%	13%
	12%	12%	9%
	16%	8%	8%
	10%	9%	12%
	10%	11%	11%
	10%	7%	6%
	2%	2%	2%

Q. Nel 2017, a quale causa o a chi hai destinato la tua offerta/donazione in denaro?  
 Base Coloro che hanno effettuato una donazione in denaro ad associazioni Non profit

# A quante associazioni?

Salte al **43%**  
tra i donatori  
occasionalni



**3 è il N° medio di associazioni a cui si dona**

## In che modo si dona?



**Si dona prevalentemente con pagamenti singoli. Solo i donatori ricorrenti hanno messo in atto una donazione mensile**

Circa il 40% supera la spesa di 50 euro di donazione annuale; la maggioranza si concentra tra i 10 ed i 50 euro

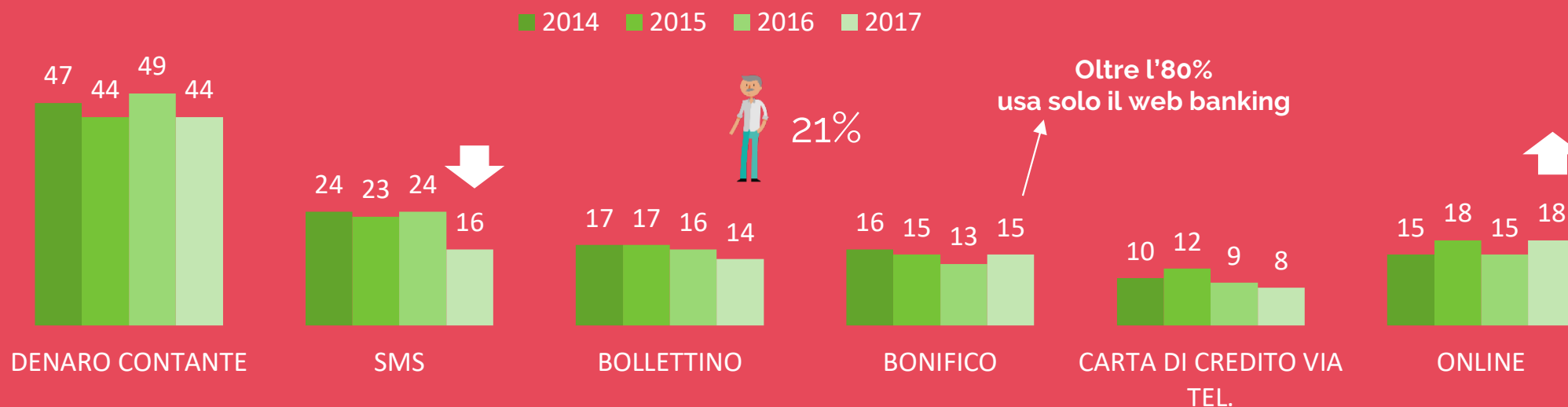


	Total	Donatore Regular	Donatore Repeated	Donatore Occasional
Fino a 10 euro	17%	10%	13%	26%
Da 10 a 50 euro	43%	34%	45%	47%
Da 51 a 200 euro	30%	35%	36%	20%
Da 201 a 500 euro	8%	16%	6%	5%
Oltre 500 euro	2%	5%	1%	2%

	Millennial	Gen X	Baby Boomer
Fino a 10 euro	23%	14%	13%
Da 10 a 50 euro	51%	39%	37%
Da 51 a 200 euro	18%	36%	40%
Da 201 a 500 euro	7%	10%	6%
Oltre 500 euro	2%	1%	5%

Q. Considerando tutte le offerte in denaro che hai donato per queste cause di solidarietà, personalmente **quanti soldi hai donato** in tutto negli ultimi 12 mesi (escluso 5x1000 e 8x1000)?

Base Coloro che hanno effettuato una donazione in denaro ad associazioni Non profit



L'assenza di 'particolari' eventi nel 2017 fa registrare un calo sensibile degli SMS, questo fa sì che la Donazione Online diventi per la prima volta la seconda modalità più utilizzata



# Cresce del +69% l'utilizzo del 'Mobile' nelle donazioni online

Device utilizzato per fare donazioni online



**Il 22% ha usato solo dispositivi mobile (+69% rispetto all'anno prima)**

**2016**

87%

31%

**L'13% ha usato solo dispositivi mobile**

**2015**

89%

31%

**L'11% ha usato solo dispositivi mobile**

Q. E quale di questi dispositivi ti è capitato di utilizzare?

Base Coloro che hanno effettuato una donazione in denaro ad associazioni Non profit - modalità online

# Cresce del +69% l' utilizzo del 'Mobile' nelle donazioni online

Device utilizzato per fare donazioni online



78



40 ↑

L'22% ha usato solo dispositivi mobile (+69% rispetto all'anno prima)



Millennial

74%



Gen X

80%



Baby Boomer

81%

49%

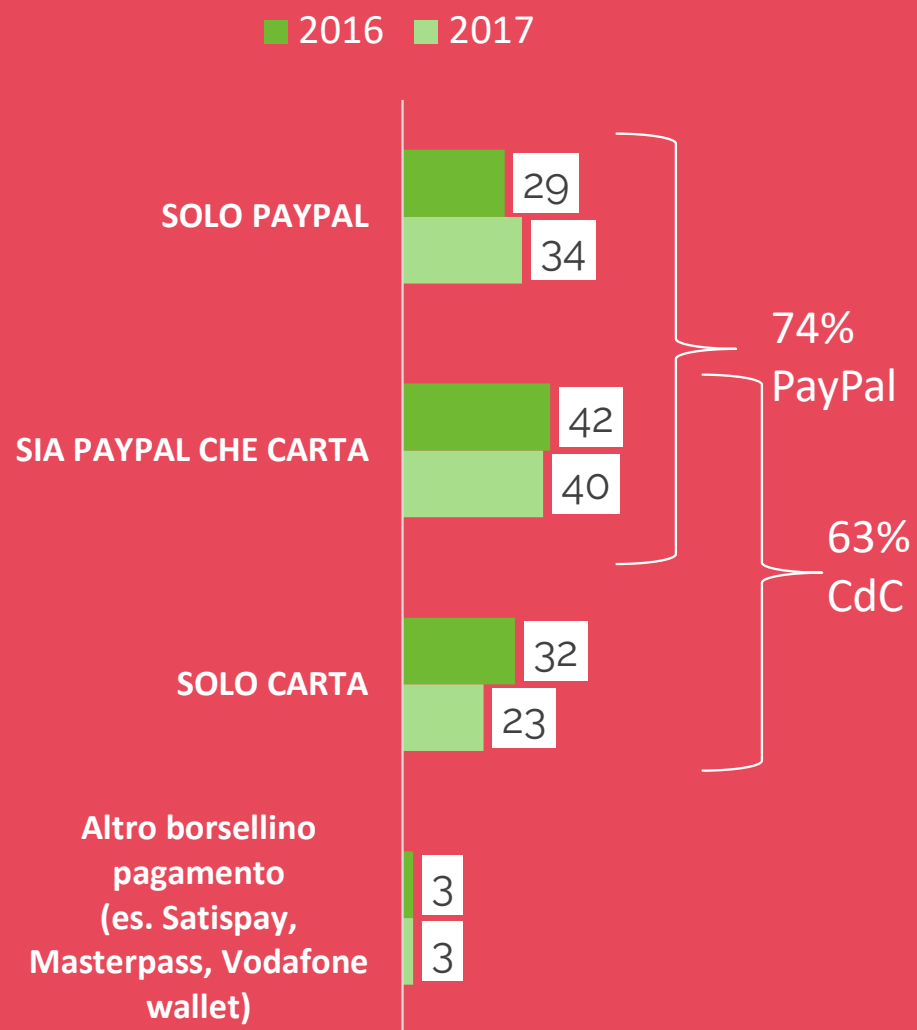
34%

31%

Q. E quale di questi dispositivi ti è capitato di utilizzare?

Base Coloro che hanno effettuato una donazione in denaro ad associazioni Non profit - modalità online

# PayPal emerge come una delle modalità preferite per il pagamento online



Q. Pensando agli ultimi 12 mesi, **con quali modalità** hai sostenuto una causa che ti sta a cuore?  
Base Coloro che hanno effettuato una donazione in denaro ad associazioni Non profit - modalità online

# **Il presidio dei canali digitali**

Abbiamo condotto per il 3° ANNO consecutivo un'analisi Desk sulle 30 associazioni più note in Italia, fonte **Italiani Solidali**, al fine di verificare i seguenti aspetti:

- *Presenza sito*
- *Presenza sito ottimizzato mobile*
- *Presenza App*
- *Presenza social (canali Twitter e Facebook etc.)*
- *Modalità di pagamento segnalate sul sito*



# Canali online presidiati

## WEB e MOBILE

2016 2017 2018

Sito internet	100%	100%	100%
Sito mobile	60%	60%	77%
App	33%	37%	27%



Nessun investimento sul lato mobile

## SOCIAL PRESENCE

2016 2017 2018

Pagina Facebook	100%	100%	100%
Account Twitter	97%	100%	100%
Presenza Instagram	33%	67%	73%
Canale Youtube	90%	97%	97%



# Modalità di pagamento disponibili sui canali online

## NON DIGITAL ORIENTED

	2016	2017	2018
<b>Bollettino</b>	73%	70%	77%
<b>Bonifico</b>	87%	90%	90%

Il 67% permette di donare in modo regolarmente online  
 Il 33% al contrario permette solo una donazione singola!

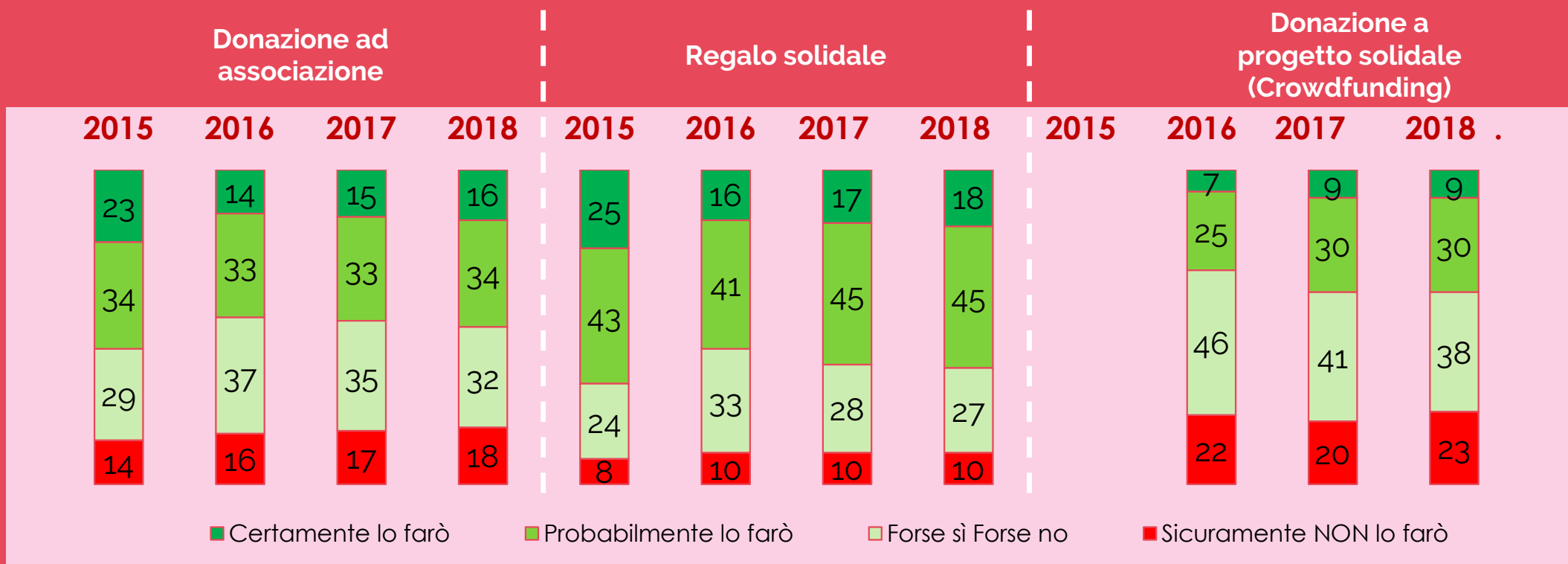
## DIGITAL ORIENTED

	2016	2017	2018
<b>Carta di Credito</b>	80%	90%	90%
<b>PayPal</b>	73%	77%	83%
<b>Facebook Donate</b>	63%	63%	83%
<b>Altri sistemi</b> (Sisal Pay, MasterPass etc.)	7%	7%	17%

# Prospettive 2018



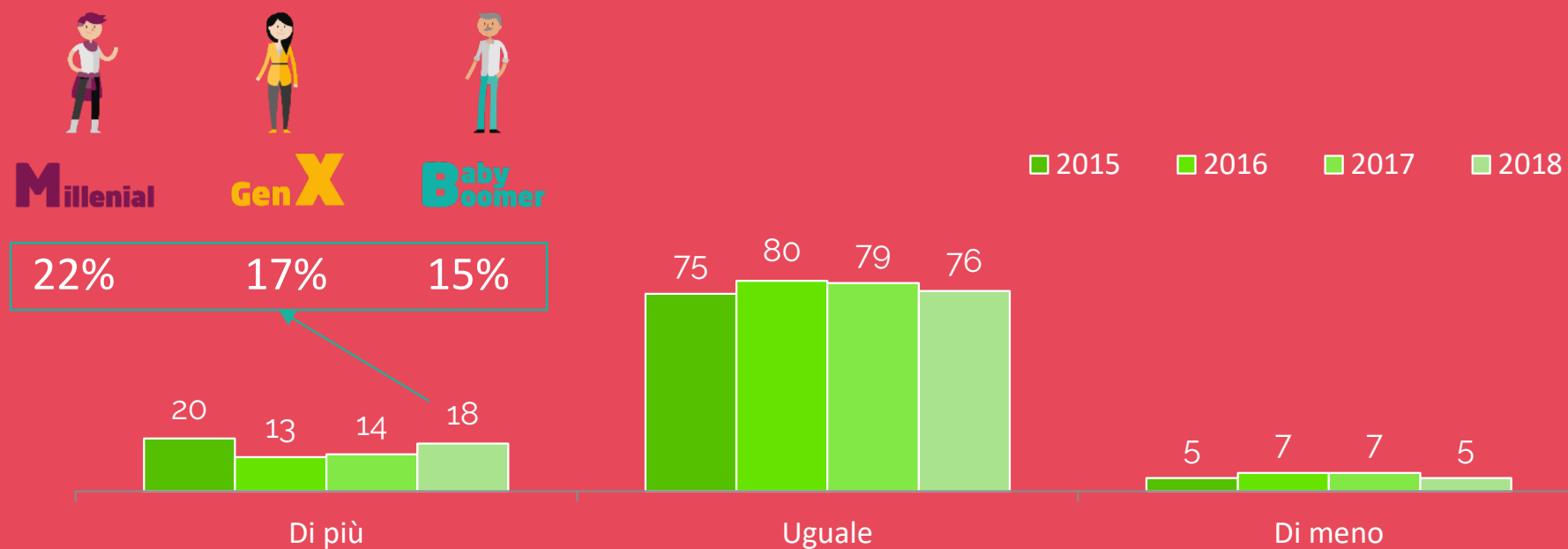
# Stabile e positiva l'intenzione a donare nel 2018



Q. Con che probabilità effettuerai nei prossimi mesi.

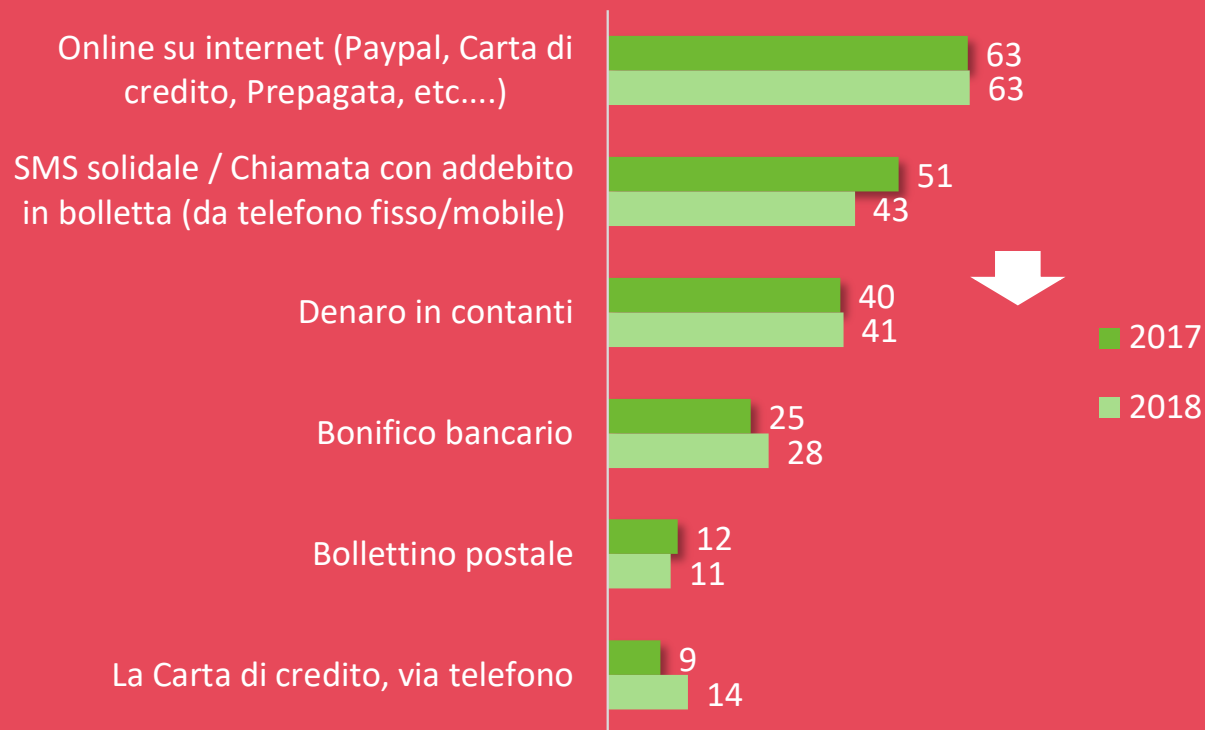
Base Coloro che hanno effettuato una donazione in denaro ad associazioni Non profit

# Torna a crescere la volontà di donare di più dell'anno precedente, soprattutto nei Millennials



Q. E pensando al 2017 pensi che donerai di più, di meno o uguale al 2016?  
Base Coloro che hanno effettuato una donazione in denaro ad associazioni Non profit

# Le modalità ideali per donare sono:



	Millennial	Gen X	Baby Boomer
	63%	63%	63%
	44%	43%	43%
	48%	37%	34%
	22%	33%	29%
	8%	11%	18%
	15%	14%	13%

Q. potendo avere a disposizione tutte le modalità di pagamento, quali sono le 2 che sarebbero le preferite per te?  
Base Totale campione

# Ma perché non si usa l'online quando è la modalità ideale?

## Pigrizia, abitudine e fiducia



2016

2017

Millennial

Gen X

Baby Boomer

	2016	2017	Millennial	Gen X	Baby Boomer
Dono già molto di persona e non vedo la necessità di donare online	44	41	37	43	43
L'organizzazione scelta non prevede donazioni online	41	38	42	37	34
Non mi fido di pagare online	40	40	36	40	47
Non saprei a chi donare, di solito dono quando vedo un chiosco o una bancarella	29	30	33	32	21
Non ho la Carta di credito	23	21	27	17	16

Q. Perché NON hai effettuato una donazione pagando via internet?  
Base Coloro che non pagano online su internet.

# Perché una persona non fa donazioni?

## CRISI e TRASPARENZA

2016

2017



	2016	2017	Millennial	Gen X	Baby Boomer
Non si fidano / Non c'è abbastanza trasparenza sull'utilizzo dei fondi	63	62	61	60	<b>71</b>
A causa della crisi economica / Aumento delle tasse	47	42	39	42	<b>46</b>
Ci sono troppe organizzazioni e non si sa come orientarsi	41	37	34	40	38
C'è scarsa comunicazione sull'esito dei progetti	35	34	34	34	33
Sono infastiditi dall'eccessiva sollecitazione da parte delle organizzazioni	30	29	32	28	29
Le organizzazioni usano troppi fondi per il proprio sostentamento	24	21	21	21	20
Sostengono già direttamente persone o familiari in difficoltà	17	18	<b>21</b>	16	14
Le comunicazioni delle organizzazioni non convincono / Non attraggono	15	14	11	15	16
Preferiscono impegnarsi nel volontariato che fare donazioni in denaro	15	14	<b>17</b>	13	13
Le donazioni non servono a risolvere problemi troppo grandi	9	11	16	9	7

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

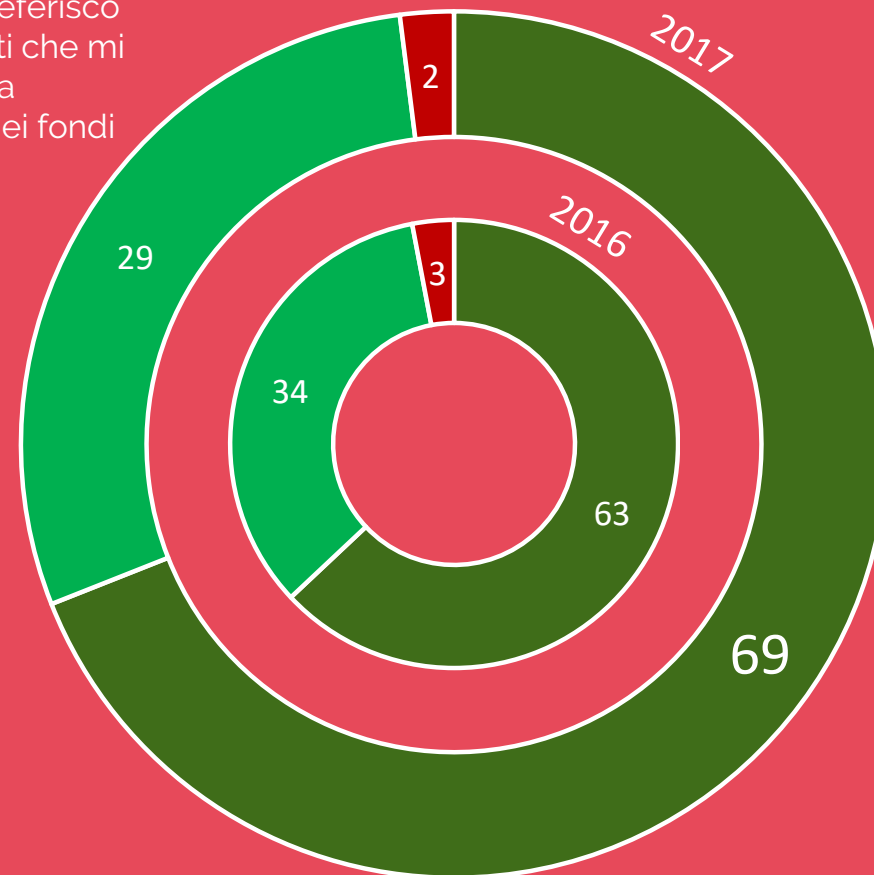
Base Coloro che hanno effettuato una donazione in denaro ad associazioni Non profit

# La issue trasparenza

# Quanto è importante per te il tema della trasparenza su come sono investiti i fondi raccolti?

Importante, preferisco donare per enti che mi informano sulla destinazione dei fondi raccolti

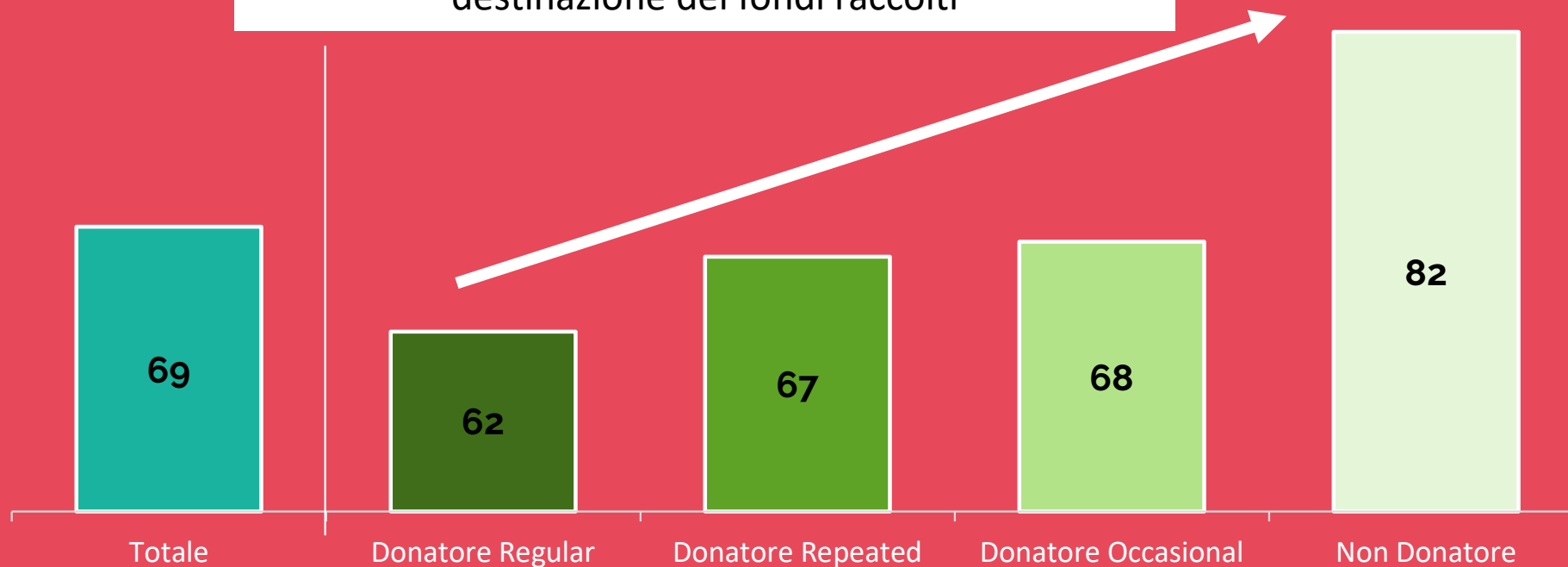
Non rilevante, mi fido totalmente degli enti per cui dono



Fondamentale, non dono se non posso verificare la destinazione dei fondi raccolti

# Più si è lontani dal mondo «donare» più il tema della trasparenza diventa fondamentale

**Fondamentale**, non dono se non posso verificare la destinazione dei fondi raccolti





# Donare 3.0 Edizione 2018

 **Doxa**

 **PayPal**  **rete del dono**

