

“L’andamento delle raccolte fondi: stime 2013 e proiezioni 2014”

11[^] rilevazione semestrale

Gennaio 2014

La metodologia

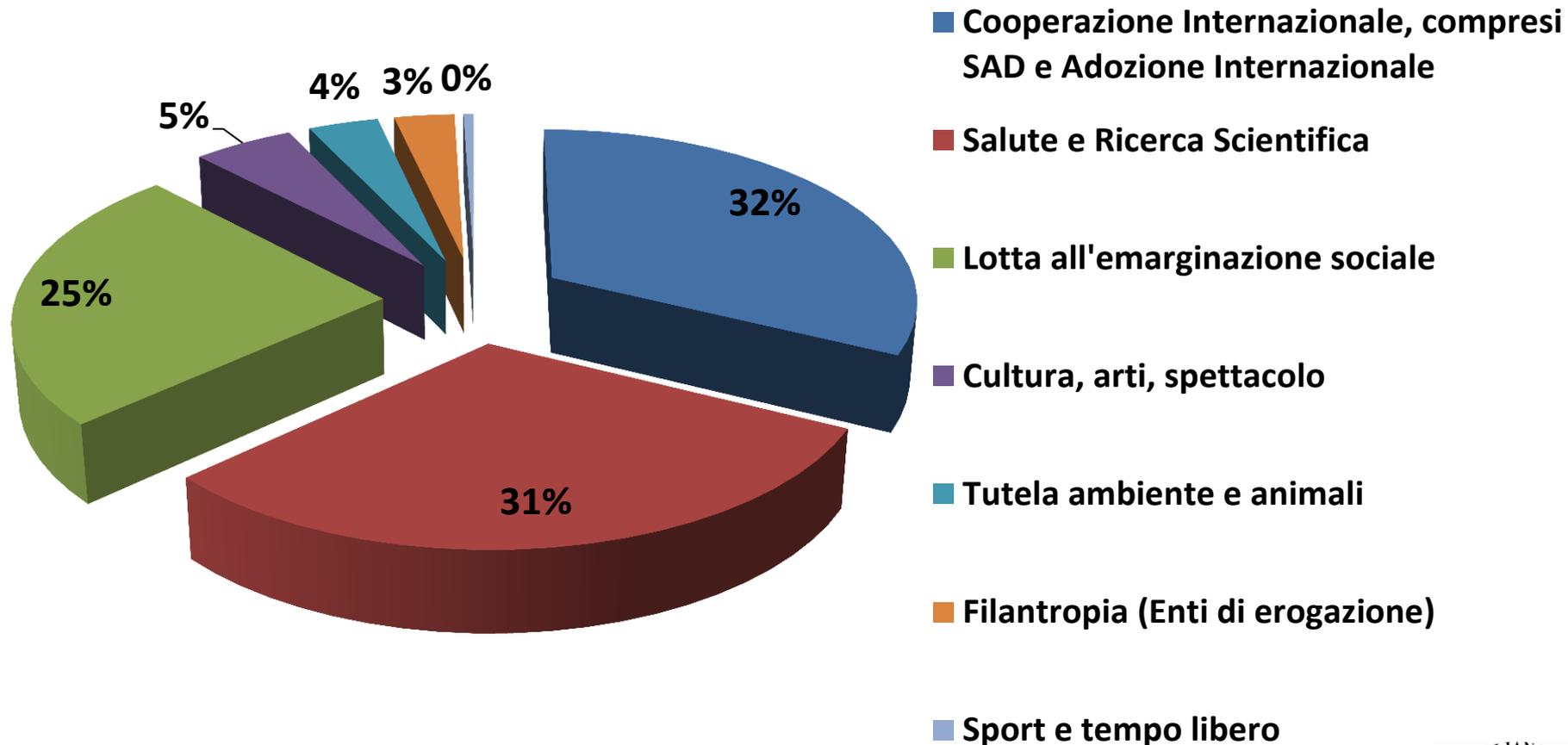
- Compilazione questionario
- **Oltre 200** ONP hanno risposto al questionario (+ 18%) nelle ultime tre settimane di gennaio 2014*
- Hanno risposto al questionario Responsabili RF, Direttori Generali e Presidenti
- Rilevazioni:
 - Percezioni e stime andamenti RF 2013
 - Aspettative intero 2014

Con contributi dal Rapporto annuale IPR Marketing per il Sole 24 ORE (gennaio 2014)

* ***Statisticamente non rappresentativo del terzo settore italiano***

IL CAMPIONE

Il campione (settore di attività)

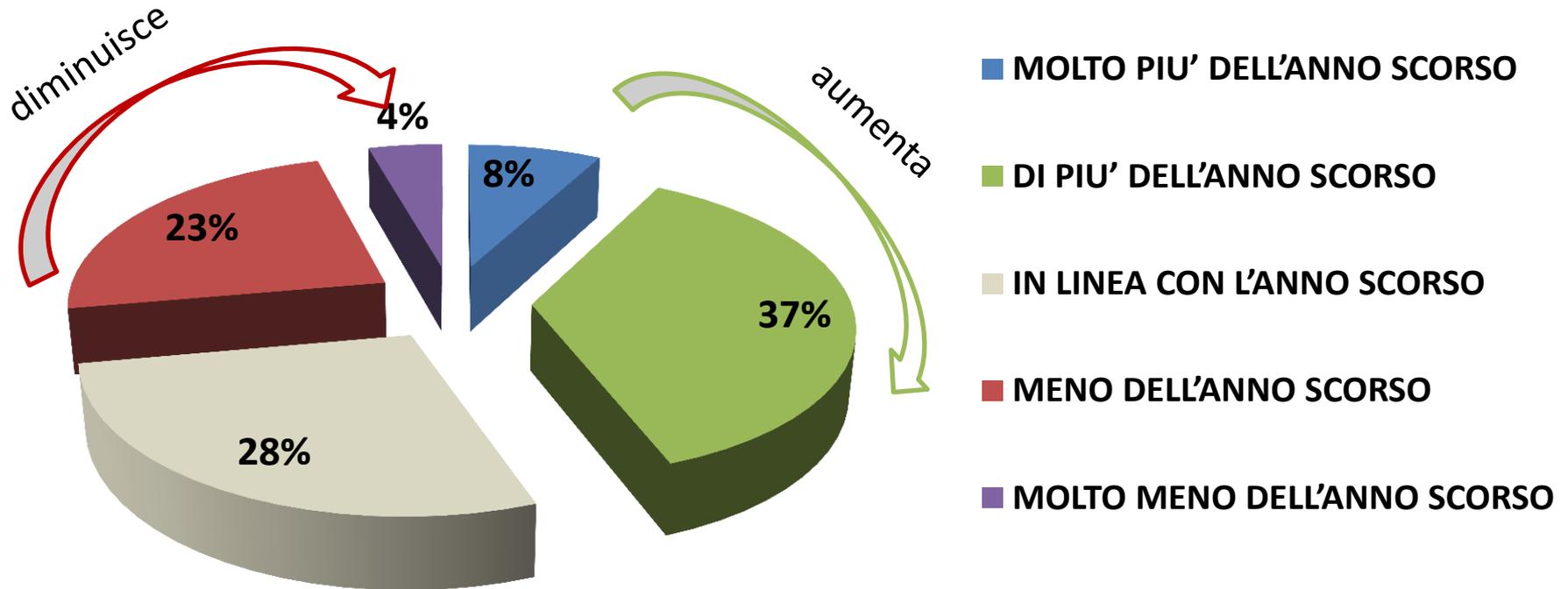


RF NATALIZIA 2013

STIME E CONFRONTI

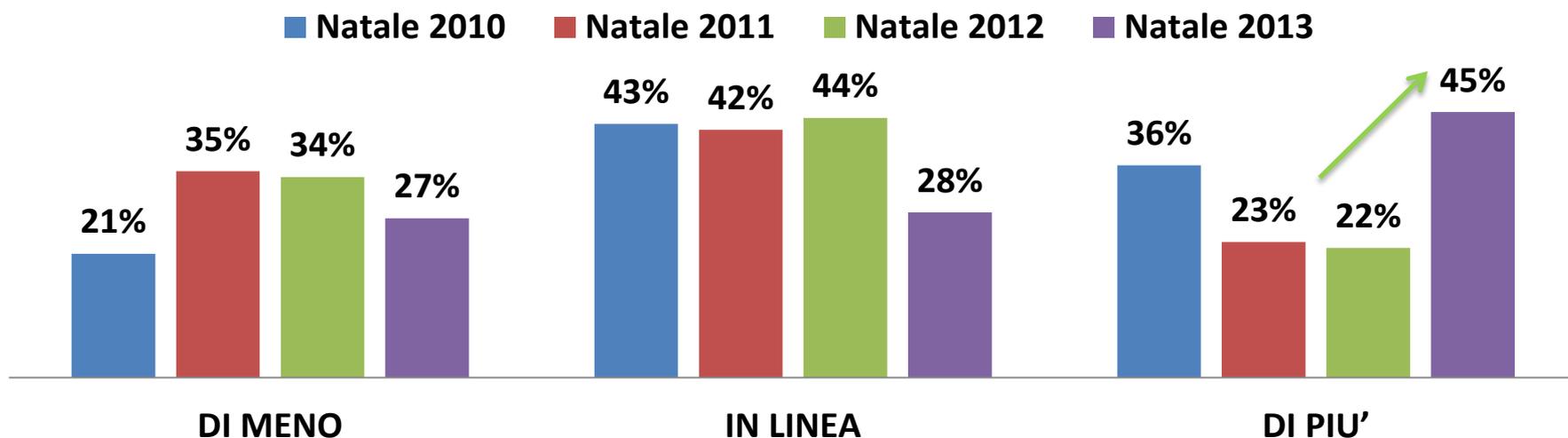
Raccolta Fondi Natale 2013

Solo il **58% del campione** ha fatto una raccolta fondi specifica nel periodo natalizio



Ben il 45% delle ONP ha migliorato le proprie raccolte fondi natalizie 2013, contro un **27%** che invece ha **peggiorato** rispetto all'anno prima

Confronto Raccolte Fondi natalizie negli anni



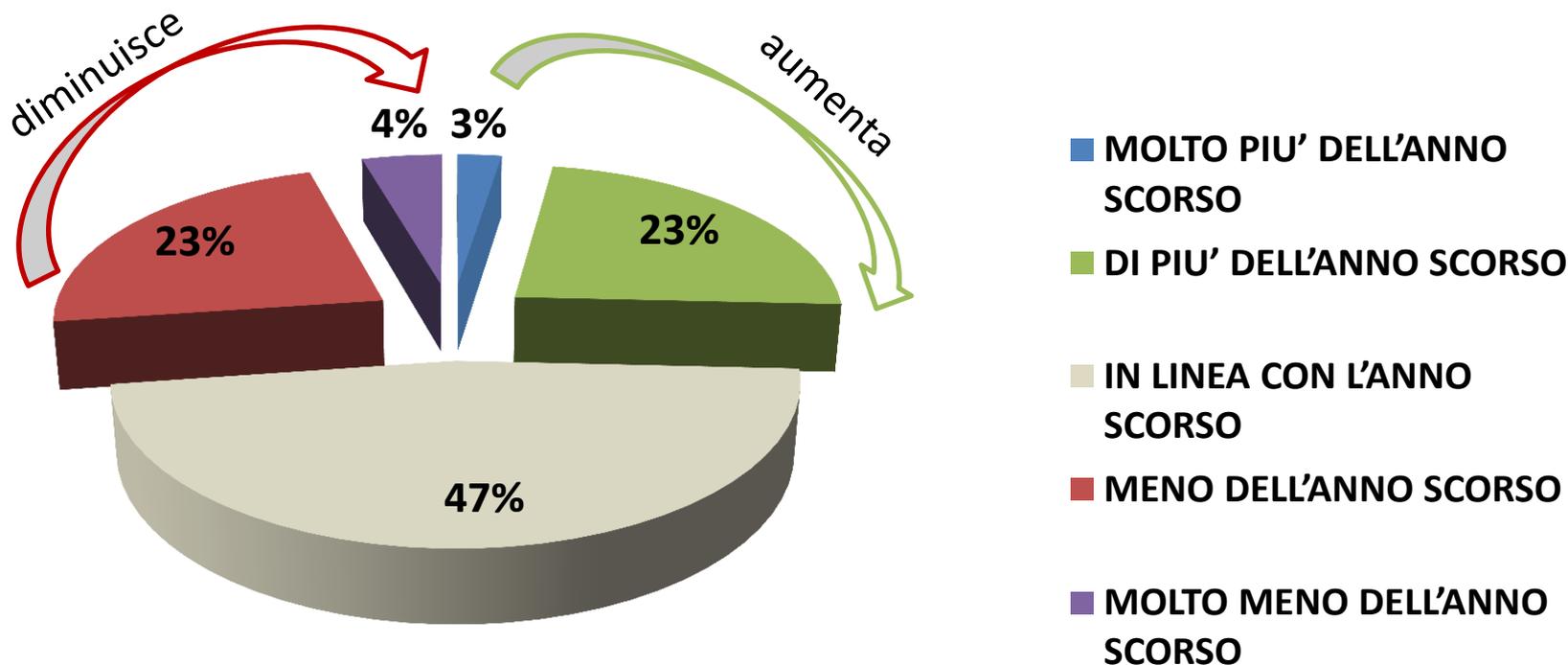
	Natale 2010	Natale 2011	Natale 2012	Natale 2013	differenza
DI MENO	21%	35%	34%	27%	-7
IN LINEA	43%	42%	44%	28%	-16
DI PIU'	36%	23%	22%	45%	+23

Confrontando le raccolte fondi di fine anno degli ultimi **4 anni** si registra un netto passo avanti: per la prima volta infatti le organizzazioni che migliorano raggiungono una percentuale così alta, con uno scarto di ben **23 punti percentuali rispetto alla stessa indagine di un anno fa.**

ENTRATE TOTALI E RACCOLTA FONDI

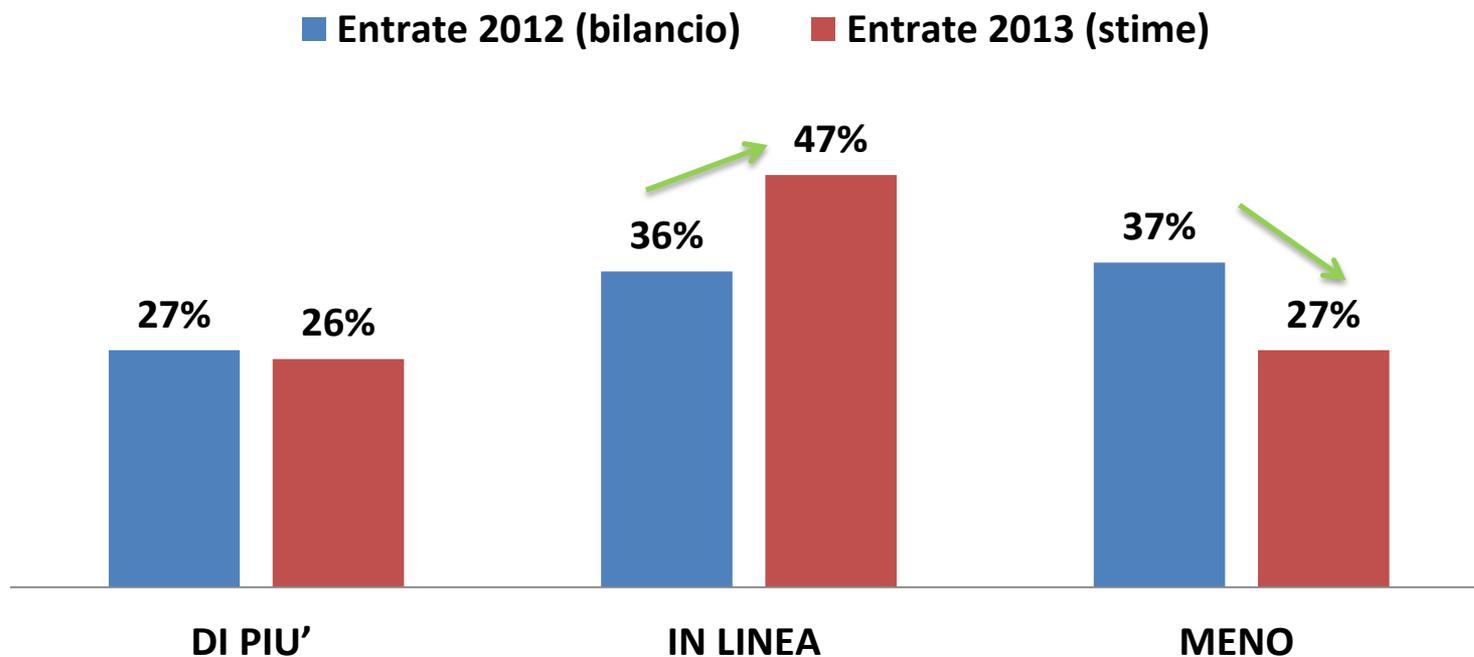
STIME 2013, CONFRONTI E PREVISIONI 2014

Stime entrate totali 2013 (**INTERO ANNO**)



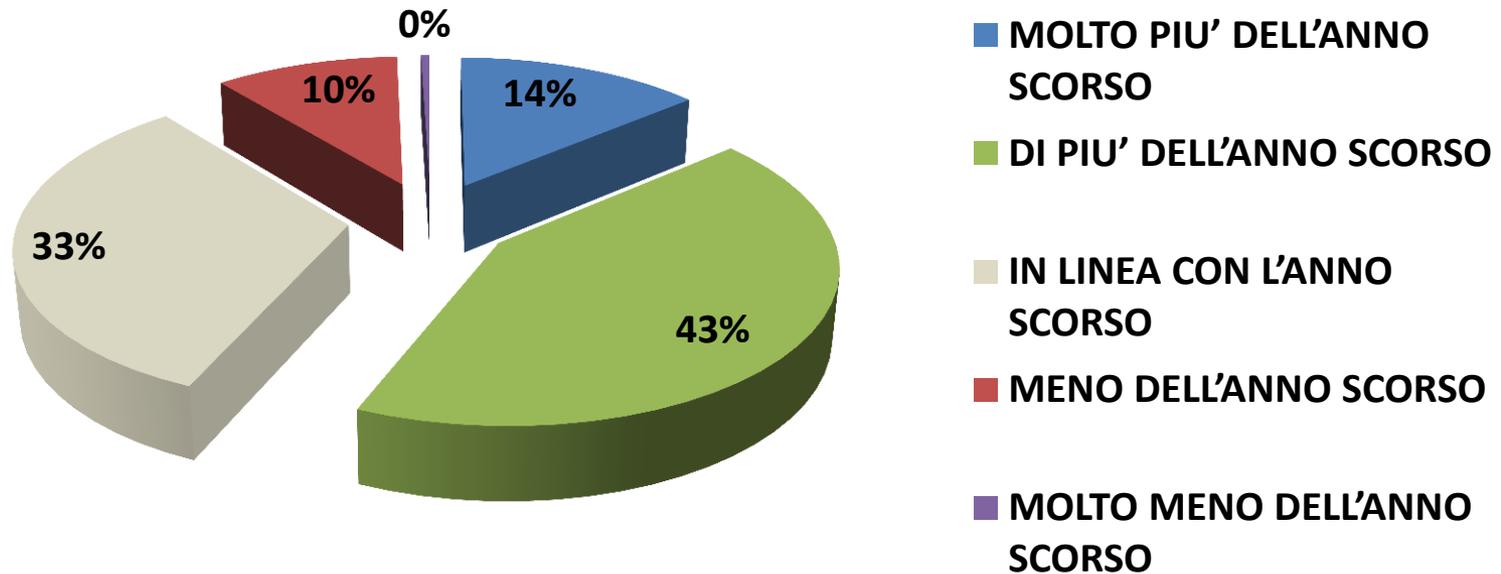
Quasi il **50%** delle ONP stima di avere entrate totali 2013 **in linea** con lo scorso anno, mentre le restanti si dividono equamente tra chi stima di averle aumentata e chi teme di averle diminuite

Confronto entrate totali 2012 (DATI DI BILANCIO) e 2013 (STIME)



Nel 2013 si registra un miglioramento:
diminuiscono di **10 punti percentuali** le **ONP che peggiorano**
a favore di un uguale incremento delle realtà che stimano di avere entrate totali
in linea con l'anno precedente.

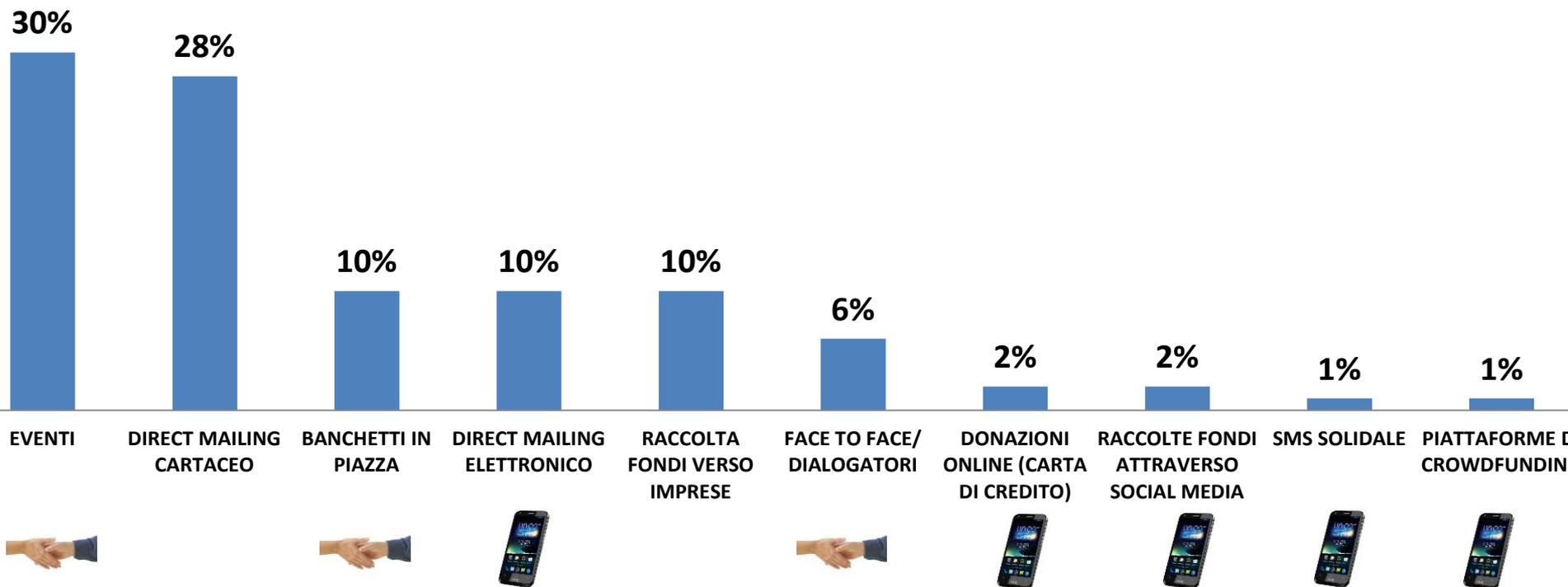
Previsioni Raccolta Fondi 2014



Le previsioni per il 2014 sono davvero **ottime**:
quasi il 60% delle ONP prevede di **migliorare** le proprie RF per l'intero 2014,
a fronte di solo un **10%** che prevede di **peggiorarle**.

STRATEGIA DI RACCOLTA FONDI
e
DIFFICOLTA' RISCONTRATE

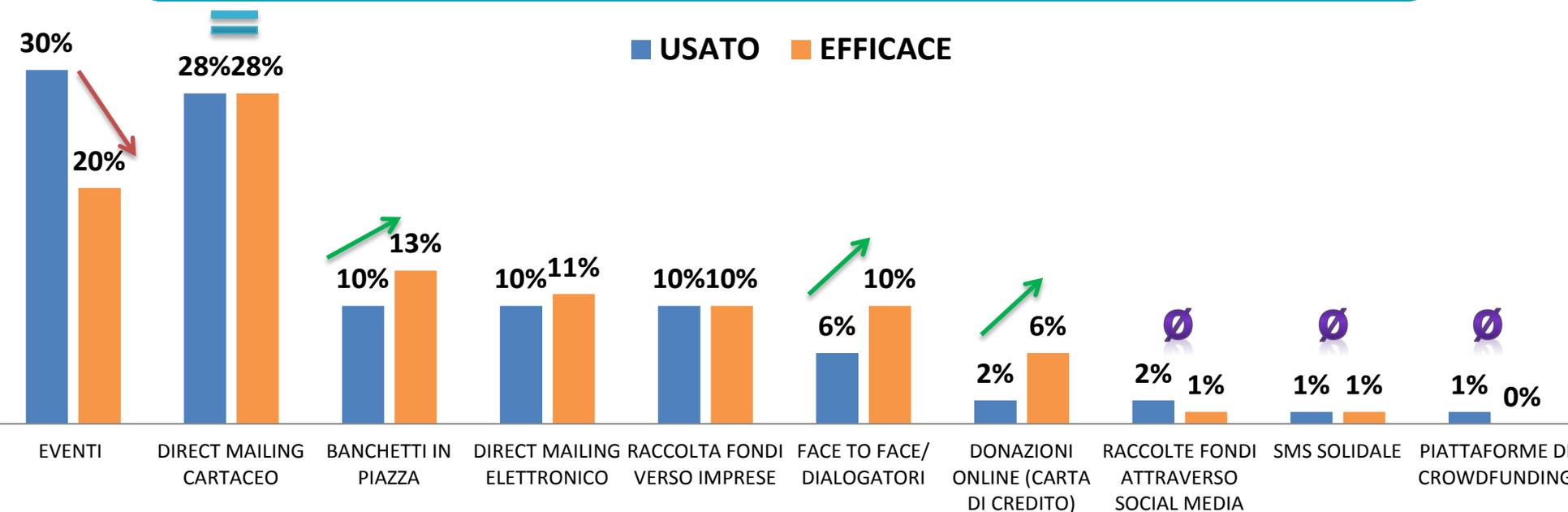
Strumenti Raccolta Fondi Natale 2013



Primeggiano **Eventi** e **DM cartaceo** che, insieme, sono gli strumenti più utilizzati da quasi il **60%** del campione.

Tra gli strumenti diretti verso il cittadino donatore, netto è lo stacco tra strumenti che prevedono un **contatto personale e fisico (46%)** rispetto alle modalità che prevedono un **contatto virtuale o attraverso new media (16%)**

Confronto strumenti Raccolta Fondi Natale 2013: usato = più efficace?



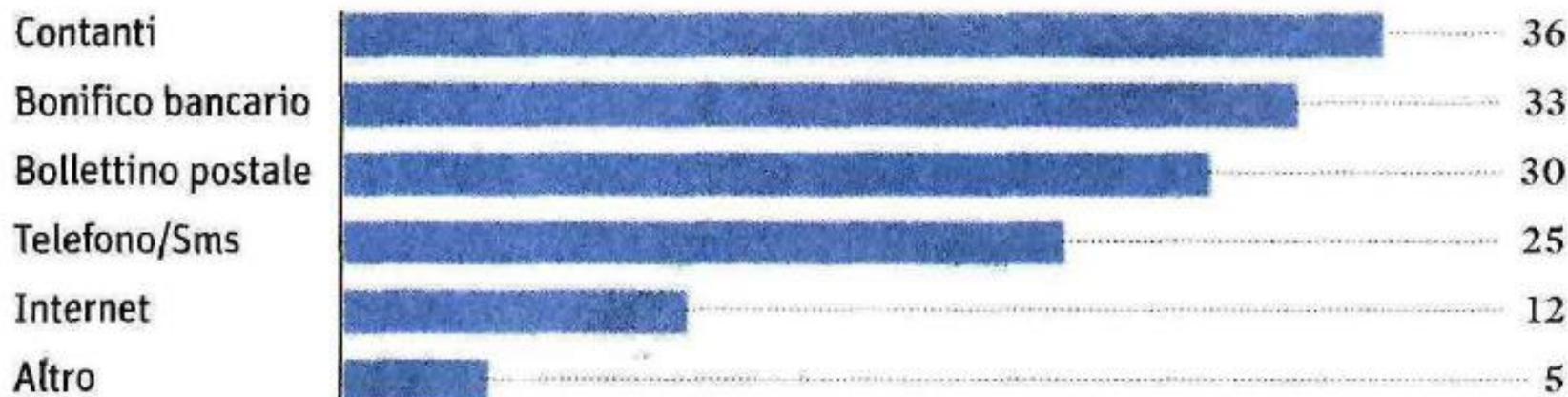
Nel confronto tra strumenti usati e strumenti efficaci il **DM cartaceo** mantiene la sua **leadership** mentre **perdono 10 punti percentuali** gli **Eventi**. Questo dato però è parzialmente compensato da un aumento di **Banchetti (+3%)** e **Face to face (+4%)**. Aumentano le **Donazioni online (+4%)** ma si **azzerano social media, sms solidale e crowdfunding**.

Rapporto annuale IPR Marketing *per il Sole 24 ore*

Le modalità utilizzate

LE MODALITÀ

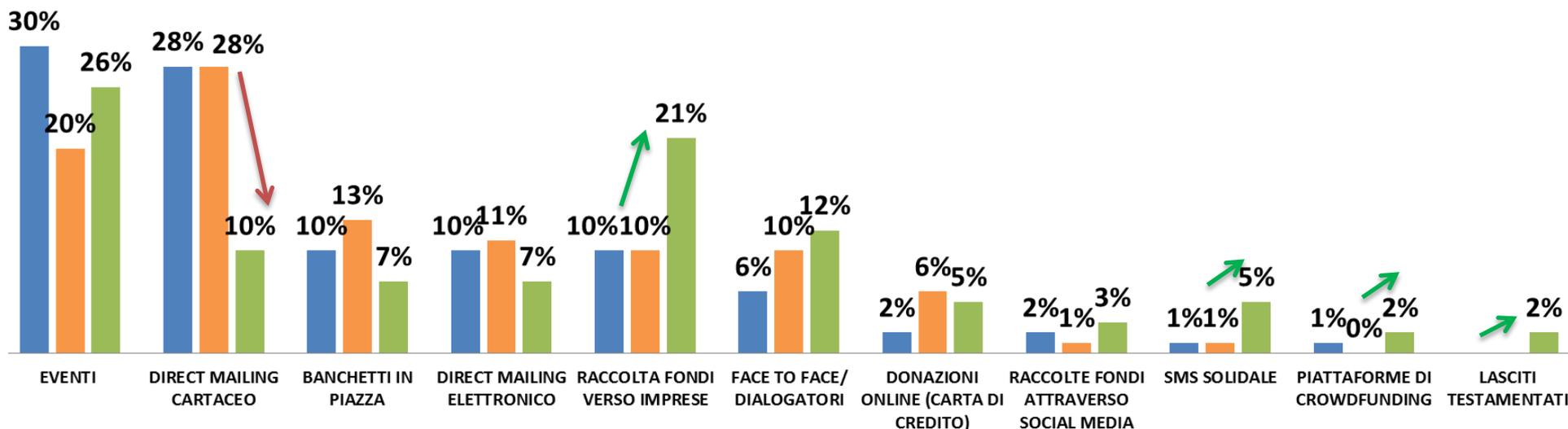
Rispetto alla donazione di quest'anno, che modalità di donazione ha scelto?



Questo trend è confermato anche dall'indagine
IPR Marketing per Il Sole 24 ORE
dove, tra le modalità donazione, primeggia **Contanti**

Confronto con strumenti su cui puntare per Raccolta Fondi 2014

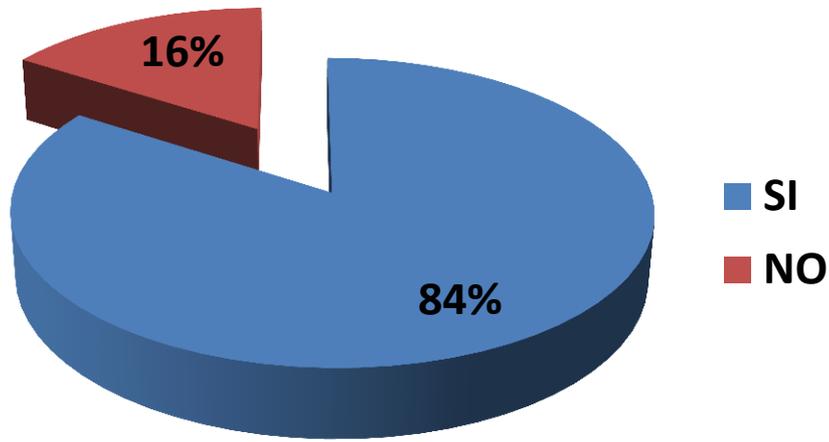
■ USATO NATALE 2013 ■ EFFICACE ■ 2014



Se nel confronto introduciamo anche gli strumenti che le ONP intendono utilizzare per la loro raccolta fondi 2014 **si riduce** di due terzi il numero di ONP che intende puntare sul **DM cartaceo** e **raddoppiano** le associazioni che scommettono sulla raccolta fondi da **imprese**.

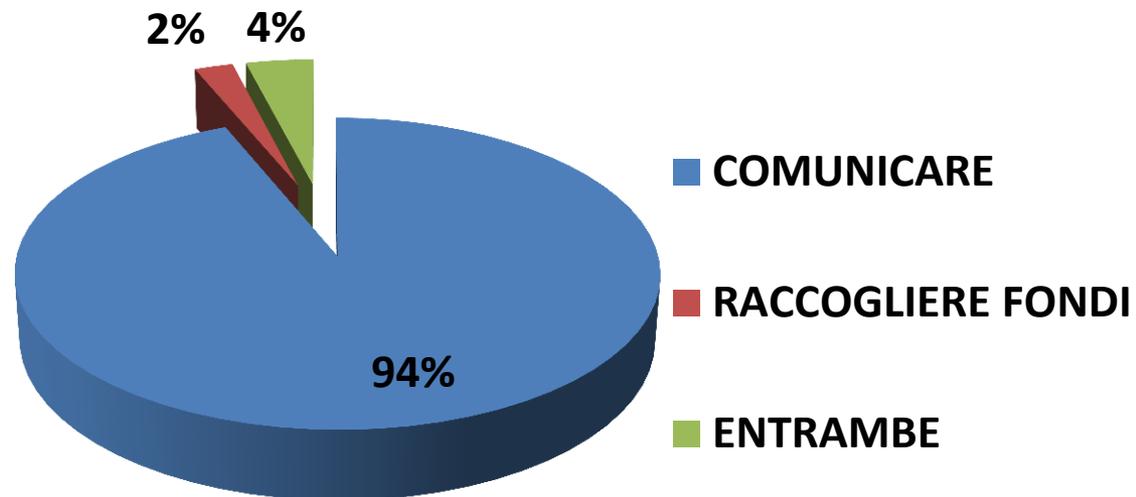
In aumento, seppur timidamente, **social media**, **sms solidale** e **crowdfunding**.
Si aggiungo anche i lasciti testamentari.

Utilizzo social media

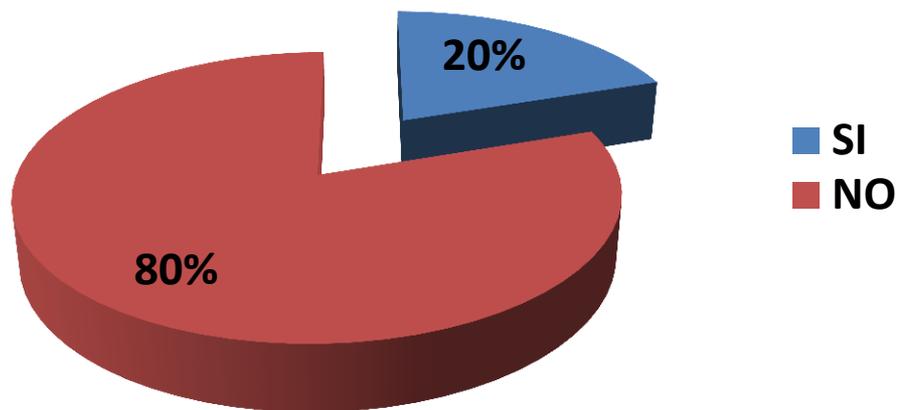


Oltre l'**80%** del campione utilizza canali social

La quasi totalità del campione utilizza i social per **comunicare (98%)** mentre solo un 2% li utilizza prevalentemente per raccogliere fondi, come dimostrato dalla nostra analisi sugli strumenti di fundraising (social penultimo posto)

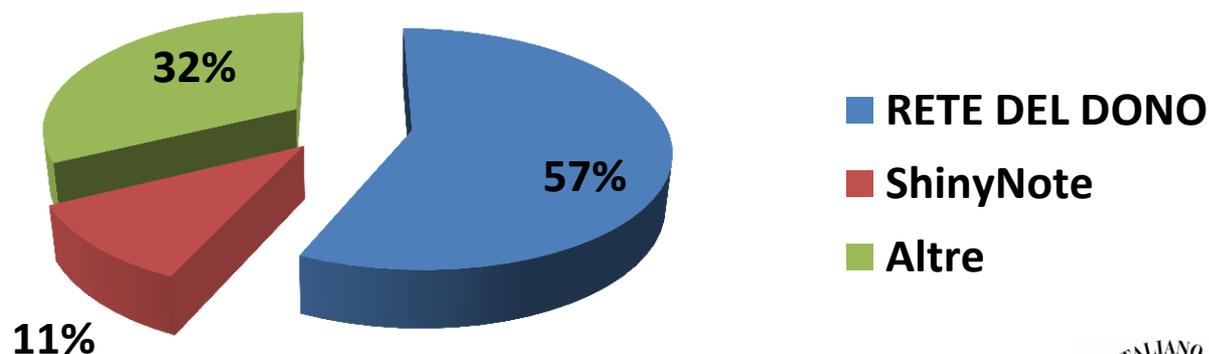


Utilizzo piattaforme crowdfunding

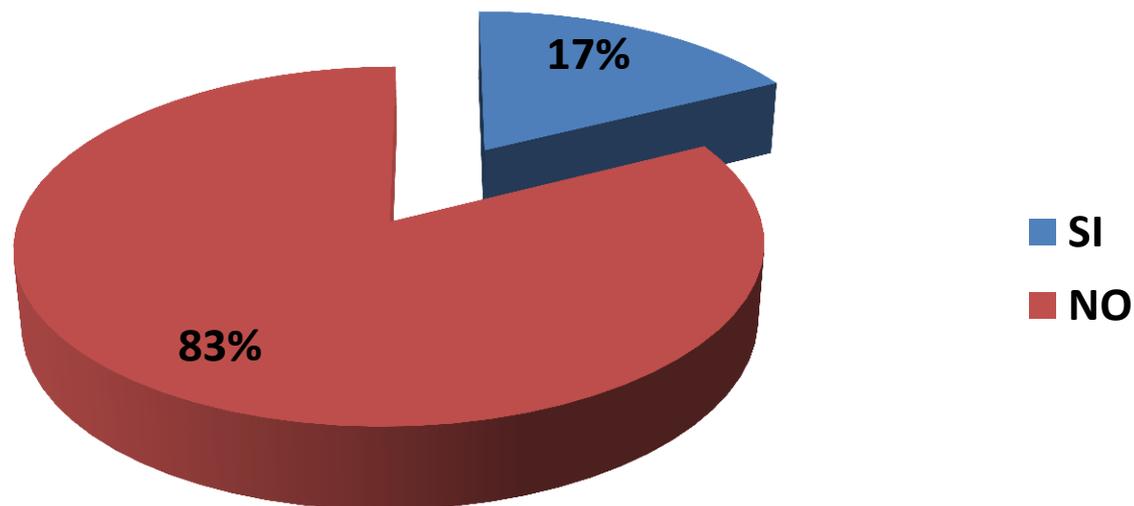


Solo il **20%** del campione ha utilizzato piattaforme di **crowdfunding**.

Di questo 20% più della metà ha scelto **RETE DEL DONO**.
A seguire **ShinyNote** (11%)



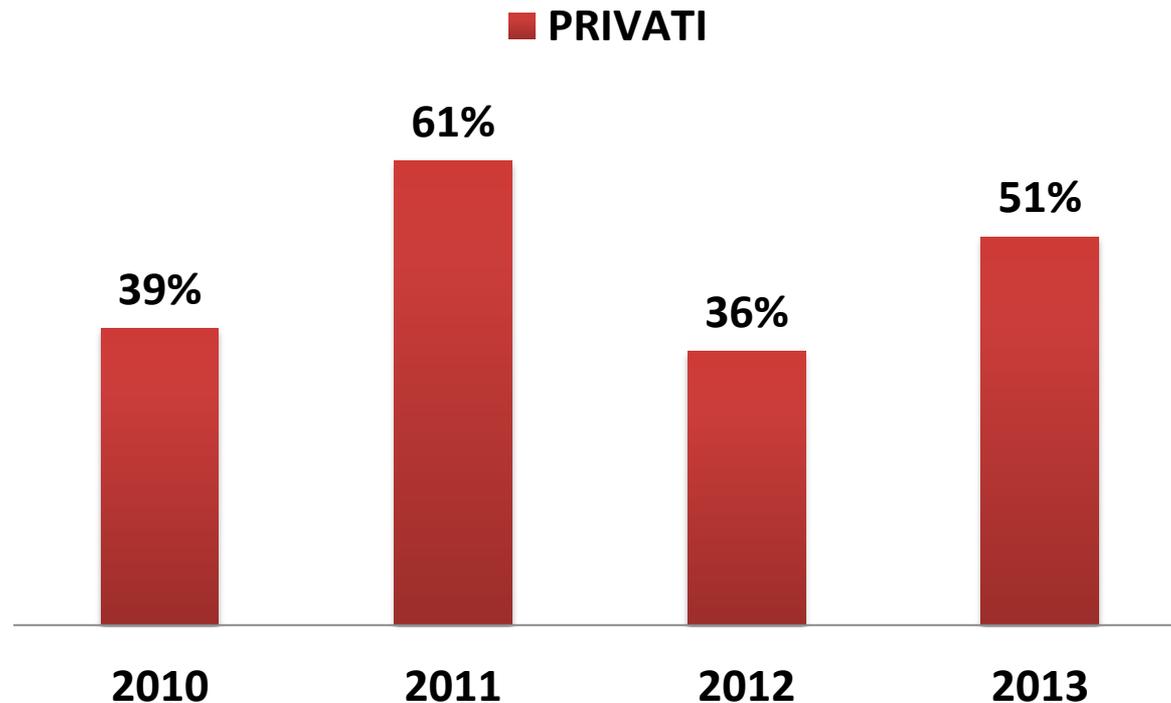
Crowdfunding: obiettivo raggiunto?



ANALISI DEI TARGET DI DONATORI

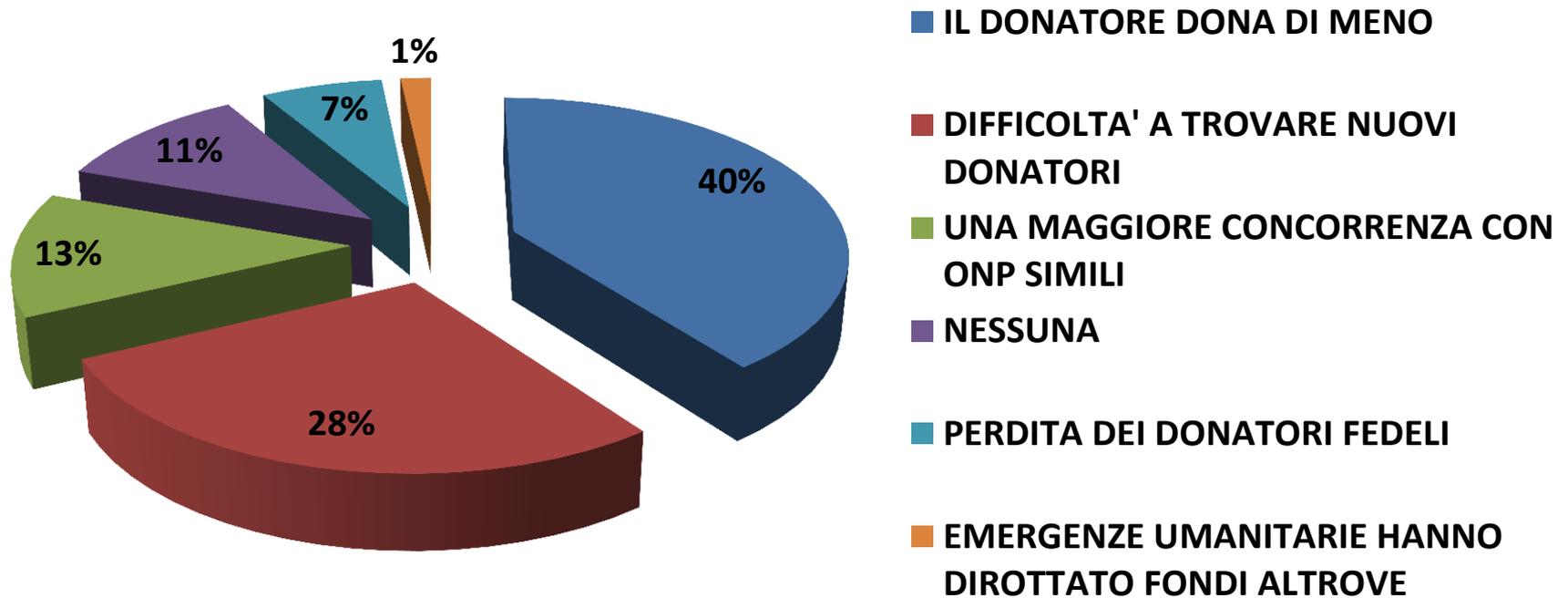
Donors più generosi

Andamento privati



Tra le difficoltà maggiormente riscontrate nella RF Natale 2013 primeggia **minore disponibilità economica dei donatori fedeli** seguita dall'**allargamento a nuovi donatori**. Non è invece messa in discussione la loro perdita (**perdita dei donatori** solo **7%** delle ONP). Questo significa che i donatori fedeli continuano, per la maggior parte, a sostenere le associazioni di cui si fidano, anche in tempi di crisi.

Difficoltà maggiormente riscontrate RF Natale 2013



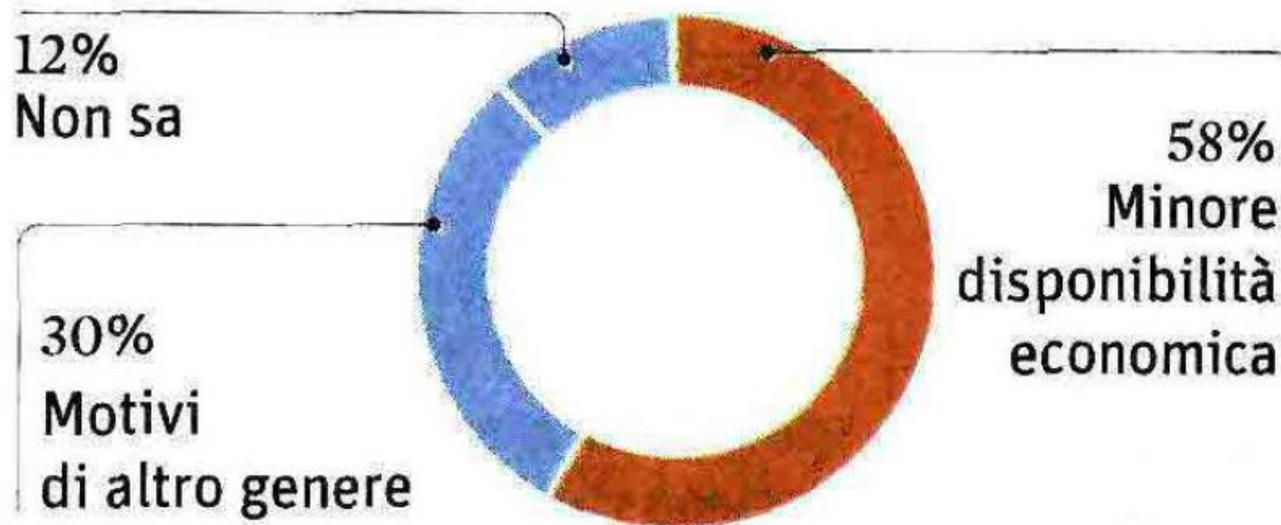
Primeggia **la minore disponibilità economica dei donatori fedeli** seguita dall'**allargamento a nuovi donatori**.

Non è invece messa in discussione la loro perdita (**perdita dei donatori** solo **7%** delle ONP). Questo significa che i donatori fedeli continuano, per la maggior parte, a sostenere le associazioni di cui si fidano, anche in tempi di crisi.

Rapporto annuale IPR Marketing *per il Sole 24 ore* **Effetto crisi**

EFFETTO CRISI

Il fatto che quest'anno ha donato di meno o non ha donato è dovuto a ...



WORLD GIVING INDEX 2013

A cura di CAF (Charities Aid Foundation)

4° edizione.

Monitoraggio di tre parametri, attraverso tre semplici domande, rivolte a 155.000 persone in 135 paesi.

Nell'ultimo mese:

1. **Ha donato denaro a un'associazione non profit?**
2. **Ha fatto volontariato presso un'associazione?**
3. **Ha aiutato un estraneo, o comunque qualcuno che non conosceva, e che aveva bisogno di aiuto?**

Gli **Stati Uniti** sono il paese più altruista, seguiti da **Canada** e dal **Myanmar**.

L'**Italia** migliora il suo posizionamento piazzandosi al **21° posto**, battendo Germania (22°), Lussemburgo (28°), Spagna (57°) e Francia (77°)

WORLD GIVING INDEX 2013

A cura di CAF (Charities Aid Foundation)

Ha donato denaro a un'associazione non profit?

2012		2013	
1° Irlanda	79%	1° Myanmar (Birmania)	85%
...		...	
34° Belgio	38%	23° Lussemburgo	51%
35° Italia	37%	24° Italia	50%
36° Slovacchia	36%	25° Paraguay	49%
...		...	
145° Senegal	3%	135° Georgia	3%

Conclusioni

1. Sguardo internazionale:

WORLD GIVING INDEX 2013

- **L'Italia migliora la sua posizione**

1. Sguardo nazionale lato donatori:

Rapporto annuale IPR Marketing per *il Sole 24 ore*

- **Aumenta il numero dei donatori italiani nel natale 2013**

1. Sguardo nazionale lato ONP:

L'andamento delle raccolte fondi: stime 2013 e proiezioni 2014

- **Le ONP migliorano la loro raccolta fondi**



Il 2014 sarà l'anno del dono?

Istituto Italiano della Donazione (IID)

Via Pantano 2 - 20122 Milano

Phone Number. +39 (0)2 87 39 0788

Fax +39 (0)2 87 39 0806

www.istitutoitalianodonazione.it

