

DONARE 3.0

EDIZIONE 2016

IL DONATORE
È MOBILE



#donare3punto0

4 MAGGIO - ORE 14,00
DUEPUNTOZERO DOXA
VIA PANIZZA 7 MILANO



duepuntozero
Doxa



Background ed Obiettivi di Ricerca

Durante il 2015 è stata condotta una prima ricerca in collaborazione con PayPal e Rete del dono al fine di:

- osservare quanto il **fenomeno** delle donazioni fosse **diffusa nella popolazione internauta italiana**;
- comprendere i **drivers** e le **barriere** ad uno sviluppo più **strutturato on line**.
- comprendere le **abitudini**, gli **atteggiamenti attuali e futuri**

Il fine dell'attività è stato dare un quadro del **perché, quanto, come e dove** si dona ed **eventuali needs** non coperti.

L'approccio utilizzato nel 2016

Survey online per aggiornare i dati emersi nel 2015 sulla popolazione italiana online 18-64 anni



Analisi desk per quanto riguarda il presidio dell'online e del mobile sulle top 30 associazioni a livello di awareness



A photograph of a workspace featuring an Apple iMac. The screen displays the text 'Alcuni dati di scenario' in a bold, black, sans-serif font. The iMac is on a dark wooden desk. To the left of the iMac is a pen holder with several pens and a black pen in a small cup. To the right, a portion of another monitor is visible. The background is a warm, orange-brown wall.

Alcuni dati di scenario

Internet ed il digitale in Italia

Gli italiani 18-64 anni che si collegano **ogni giorno** sono:
22.000.000* (57% della popolazione di riferimento 18-64 anni)



18.500.000* si collegano con un “device mobile”

* Fonte Audiweb

L'eCommerce in Italia



Circa 17 milioni* hanno fatto almeno un acquisto online

eCommerce è in crescita +16%**, vale 16,6 miliardi di euro

Fonti:

*Ricerca Doxa 2.0-PayPal sull'eCommerce

**Politecnico di Milano



77%

dei Mobile Surfer usa lo smartphone
per almeno una tipologia di acquisto



* Fonte Doxa-Politecnico di Milano

A photograph of a workspace featuring an Apple iMac. The screen displays the text 'Le associazioni ed il loro presidio digitale?' in a bold, black, sans-serif font. The iMac is on a dark wooden desk. To the left of the monitor is a pen holder with several pens and a desk lamp. To the right, another monitor is partially visible. The background is a warm, orange-toned wall.

**Le associazioni ed il
loro presidio
digitale?**

È stata condotta un'analisi **Desk** sulle 30 associazioni più note in Italia, fonte **Italiani Solidali 2015 ricerca Doxa** sui comportamenti di donazione della popolazione italiana, 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*



In rigoroso ordine alfabetico:

A.I.L. (Associazione Italiana contro le Leucemie)
A.I.R.C. (Associazione Italiana per la Ricerca sul Cancro)
A.I.S.M. (Associazione Italiana Sclerosi Multipla)
Action Aid
Amnesty International
Amref
ANLAIDS (Associazione Nazionale Lotta contro l'AIDS)
Caritas
Comunità di Sant'Egidio
CRI (Croce Rossa Italiana)
Emergency
FAI (Fondo Ambiente Italiano)
Fondazione Banco Alimentare
Fondazione Banco Farmaceutico
Fondazione Don Gnocchi
Greenpeace
L.I.L.A. (Lega Italiana per la Lotta contro l'AIDS)
L.I.L.T. (Lega Italiana per la Lotta contro i Tumori)
L'Albero della Vita
Lega del Filo d'Oro
Legambiente
Lipu
Mani Tese
Medici senza Frontiere
Save the Children
Telefono Azzurro
Telethon
UNHCR (Agenzia ONU per i Rifugiati)
Unicef
WWF

Canali online presidiati

WEB e MOBILE

Sito internet	100%
Sito mobile	60%
App	33%

LA VOCE DELL'UTENTE

Il 71% degli intervistati dichiara di conoscere il sito della associazione a cui ha donato

Il 37% dichiara che la propria associazione ha un sito ottimizzato per mobile

SOCIAL PRESENCE

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

Il 53% sa che l'associazione a cui ha donato ha una pagina sui social network



Modalità di pagamento rese disponibili online

NON DIGITAL ORIENTED

Bonifico	87%
Bollettino	73%

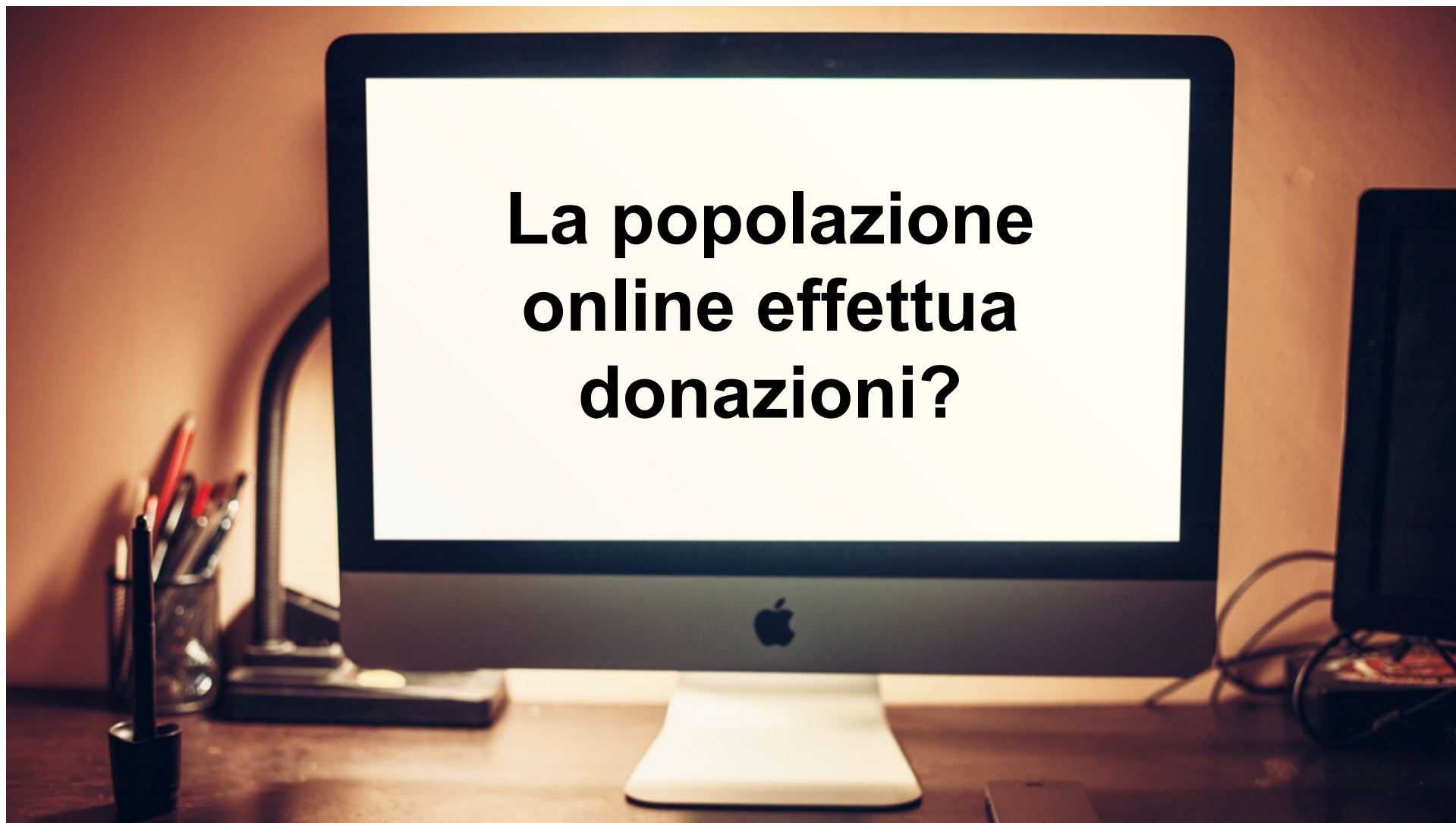
LA VOCE DELL'UTENTE

- Solo il 55% dichiara che l'associazione permette di donare online
- Il 36% dice che non usa l'online come modalità di pagamento perché la propria associazione non lo permette

DIGITAL ORIENTED

Carta di Credito	80%
PayPal	73%
Facebook Donate	63%
Altri sistemi (Sisal Pay, MasterPass etc.)	7%

**La popolazione
online effettua
donazioni?**



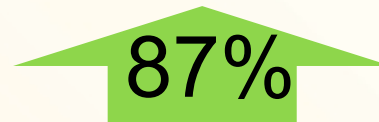
**Sì, sono tanti ed in lieve
crescita a livello totale**

2014

83%

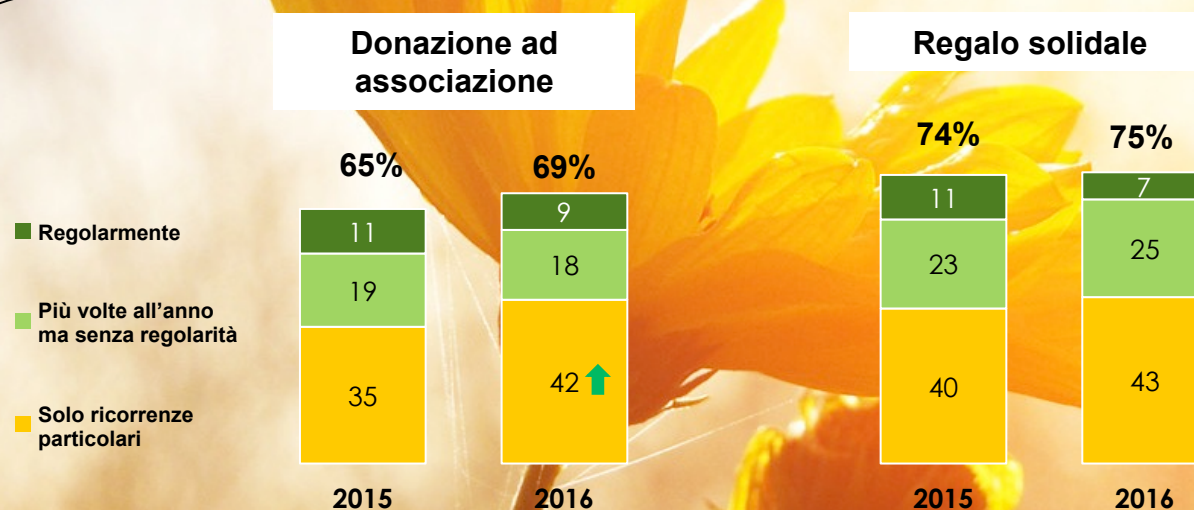
2015

87%



Aumentano i donatori ma per ricorrenze particolari e meno ricorrenti

L' **87%** del campione è un donatore
(83% nel 2015)



Q7. Con che **frequenza** hai fatto le seguenti **attività** negli **ultimi 12 mesi**?
Base totale campione 2015 (1010) ; 2016 (1000).

Dati in %;

Sempre più diffusa la pratica del Crowdfunding nella popolazione online (quasi 1 su 5 l'ha effettuato)

Crowdfunding

Ho donato online per un progetto di solidarietà che ritenevo interessante

2015

13%

2016

18%

Q7. Con che **frequenza** hai fatto le seguenti **attività** negli **ultimi 12 mesi**?
Base totale campione 2015 (1010) ; 2016 (1000).

Dati in %;

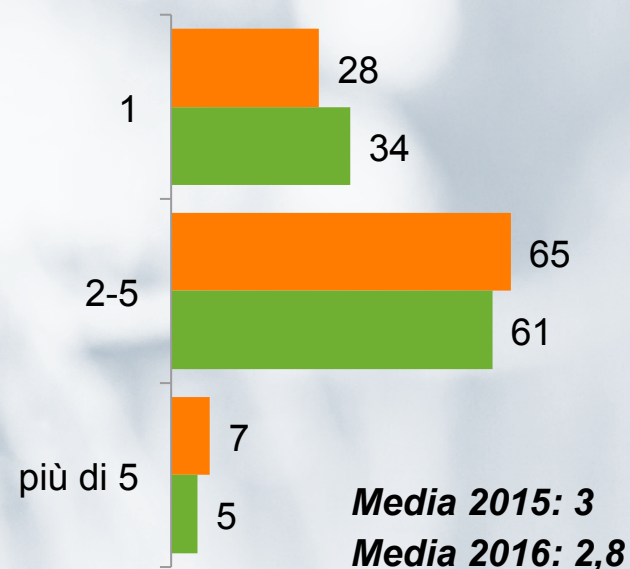
Le tipologie di associazioni rimangono le stesse ma calano il numero di donazioni

Tipologie associazioni



Numero medio tipologie:
2015: 2,1
2016: 1,8

Numero di associazioni a cui si è donato

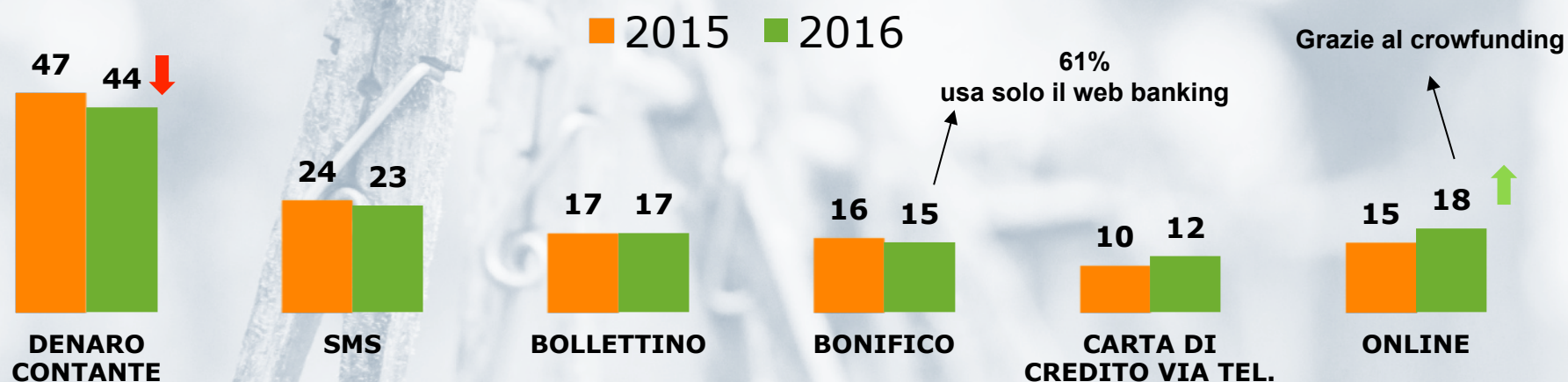


Q11. Pensando agli ultimi 12 mesi, per quante organizzazione hai effettuato donazioni in denaro o comprato regali solidali?

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

In che modo si dona?

Piuttosto stabili le modalità di pagamento, lieve flessione del contante a favore dell'online, quest'ultimo guidato dal crowdfunding (come visto in precedenza)



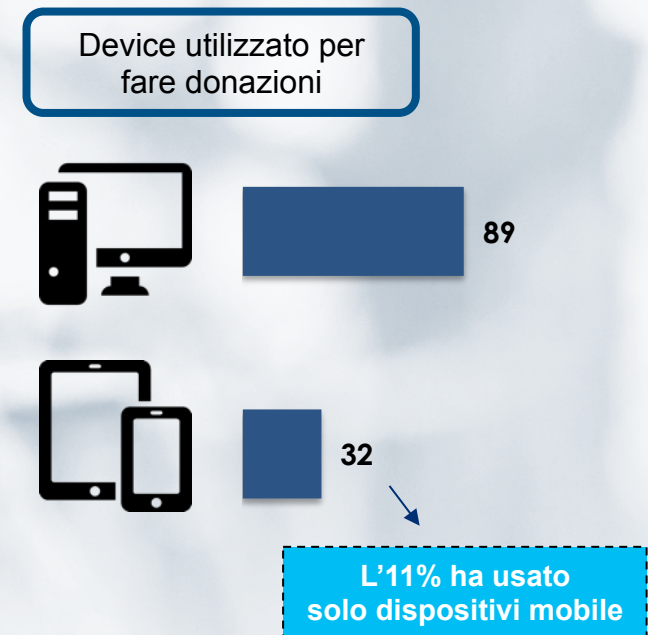
Base: totale popolazione online (1000); Dati in %;

Online: come si dona?

PayPal tra gli strumenti più utilizzati insieme alle carte di credito



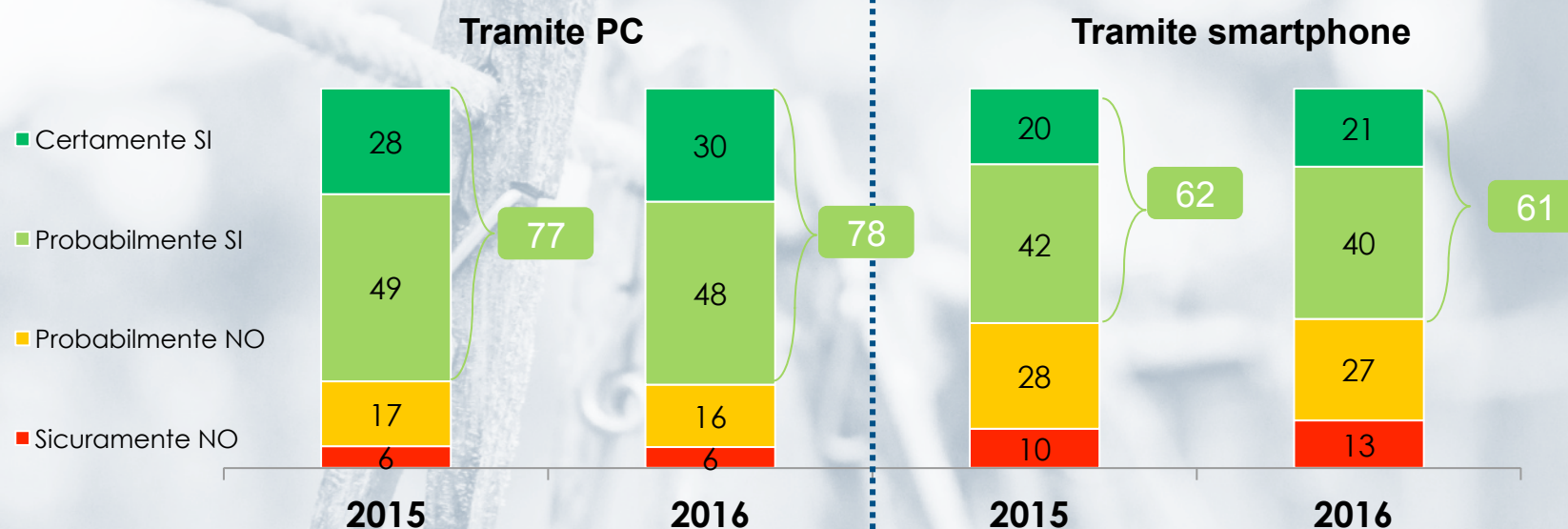
Già 1 su 3 ha usato il mobile, 1 su 10 ha donato solo via mobile



Q17b. Hai detto di aver pagato online su internet (PayPal, carta di credito, prepagata) per effettuare una donazione. Quale strumento di pagamento hai utilizzato? Q17c. E quale di questi dispositivi ti è capitato di utilizzare?

Base: Coloro che hanno effettuato una donazione pagando online

Grande apertura ad utilizzare l'online per donare sia da PC che da Smartphone

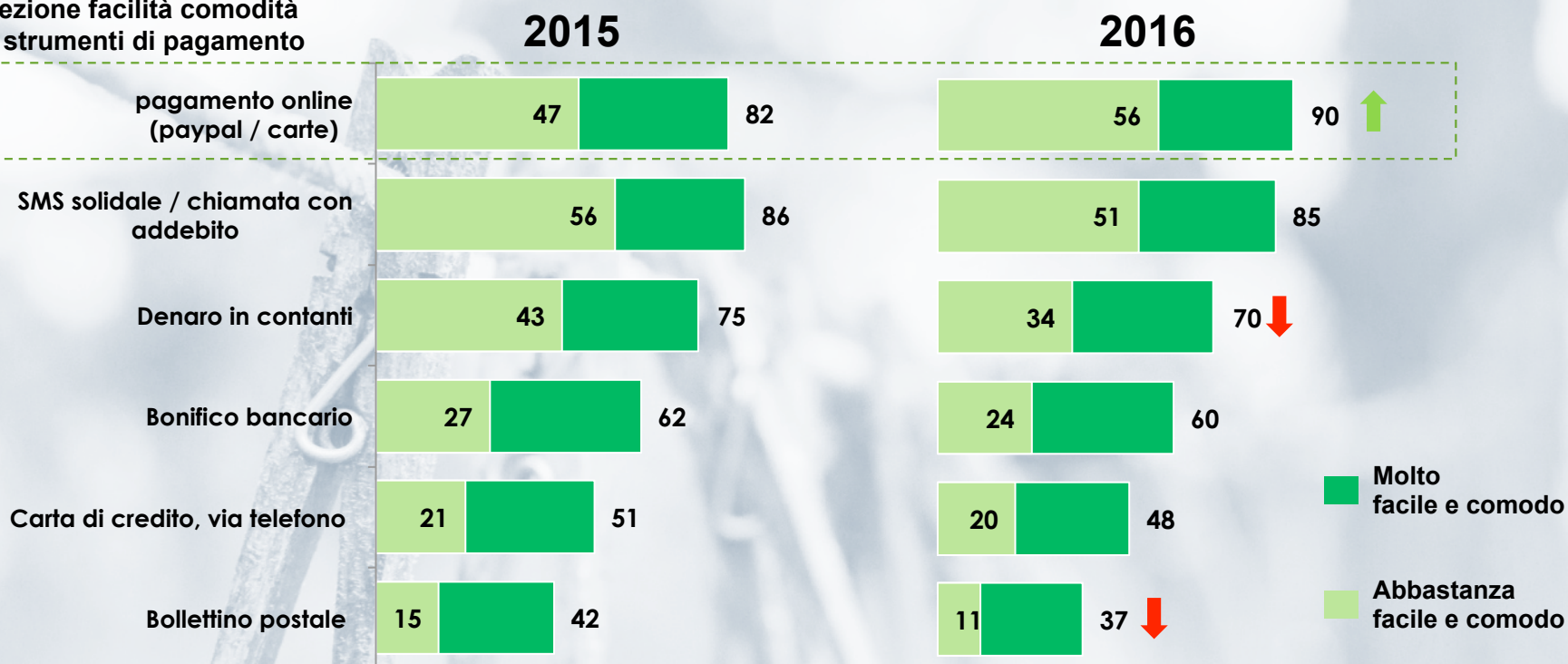


Q22. In futuro pensi potresti effettuare una donazione ad un'associazione/iniziativa pagando online sul web o tramite cellulare con un'applicazione (NON SMS)?

Base: Coloro che hanno effettuato una donazione in denaro pagando online (512);

Grande apertura a donare online perché è il modo più comodo e facile; in discesa il contante ed il bollettino

Percezione facilità comodità
degli strumenti di pagamento

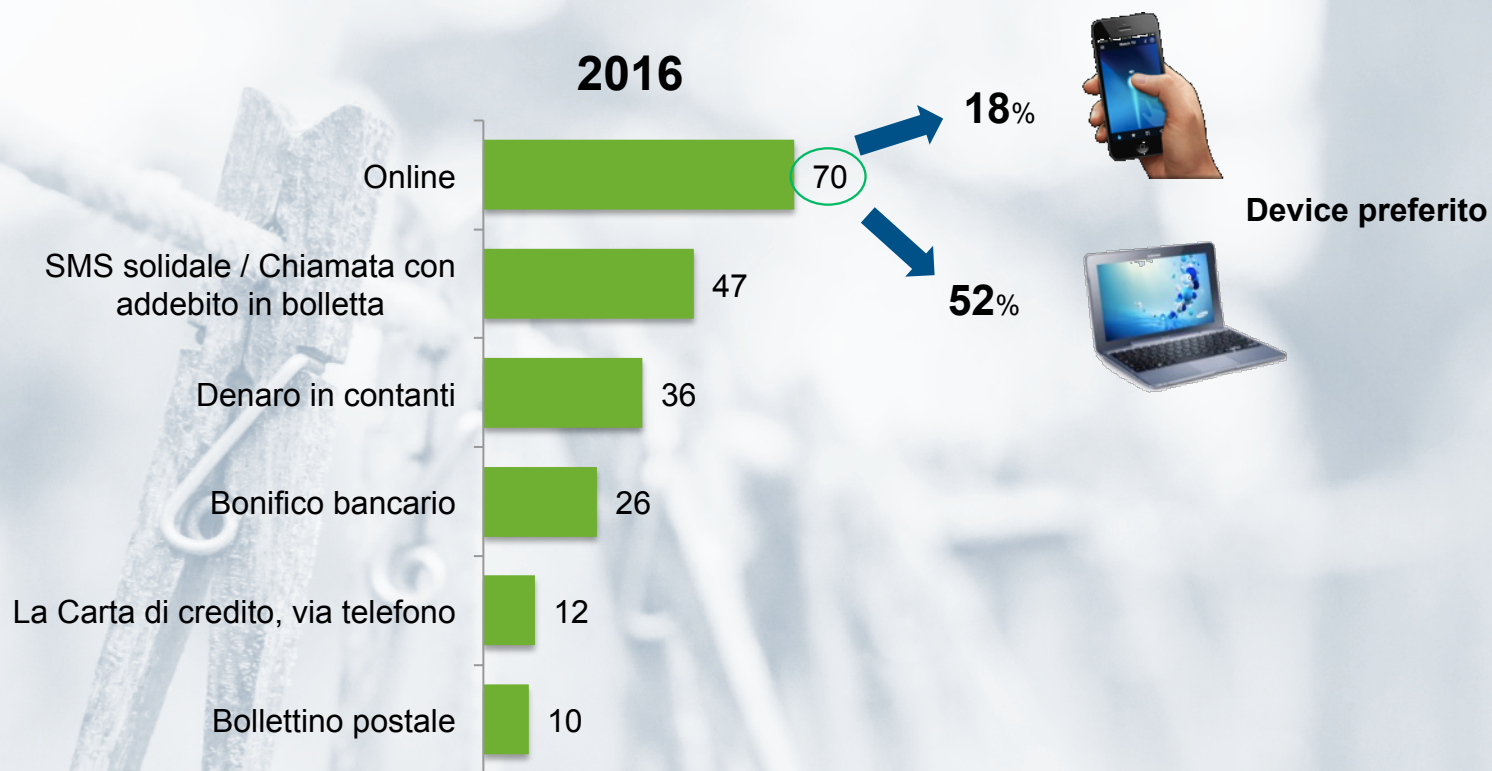


Q18. Indipendente dalle modalità che tu hai già utilizzato o meno, quanto ritieni facili e comode le seguenti modalità di pagamento per effettuare una donazione in futuro?

Base totale campione 2015 (1010) ; 2016 (1000).

Dati in %;

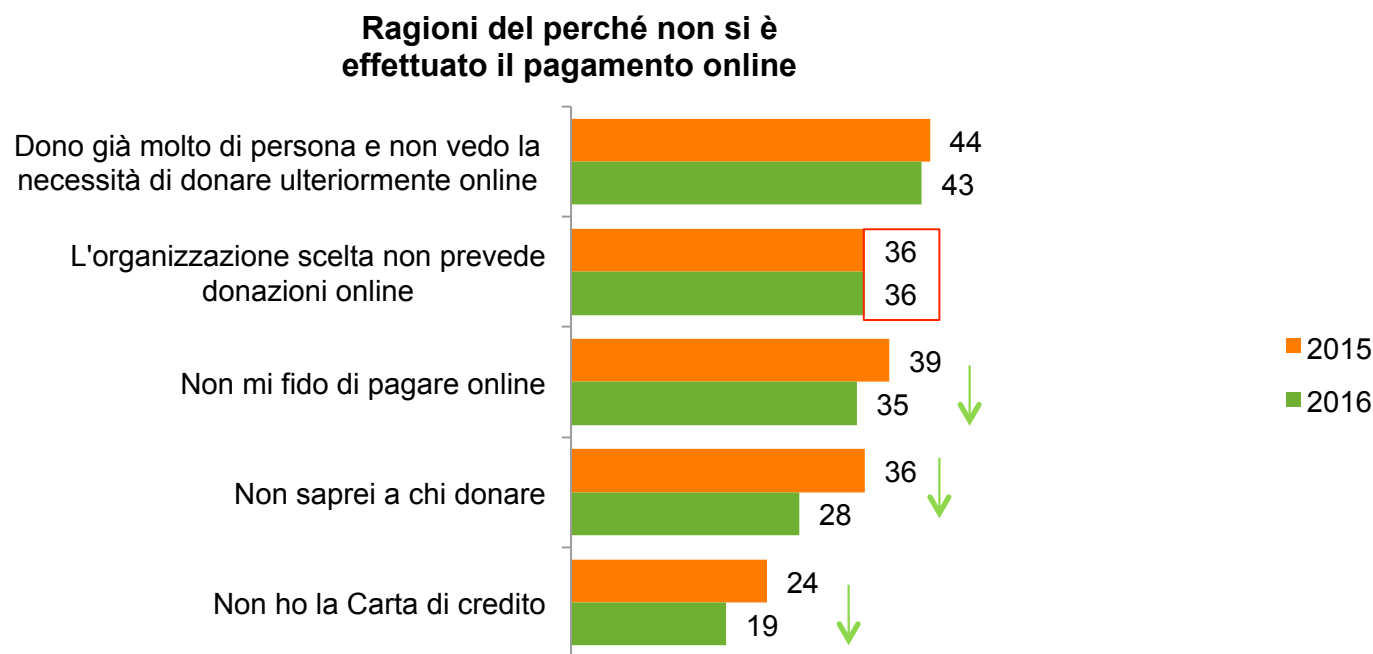
ONLINE è il mezzo preferito in assoluto (già quasi 1 su 5 preferirebbe il mobile)



Q19. E potendo avere a disposizione tutte le modalità di pagamento, quali sono le 2 che sarebbero le preferite per te?
Base totale campione 2015 (1010) ; 2016 (1000).; Chi preferisce pagare online su internet.

Dati in %;

Scendono quasi tutte le barriere alla donazione online; rimane stabile la sola disponibilità alla donazione online offerta dall'associazione scelta



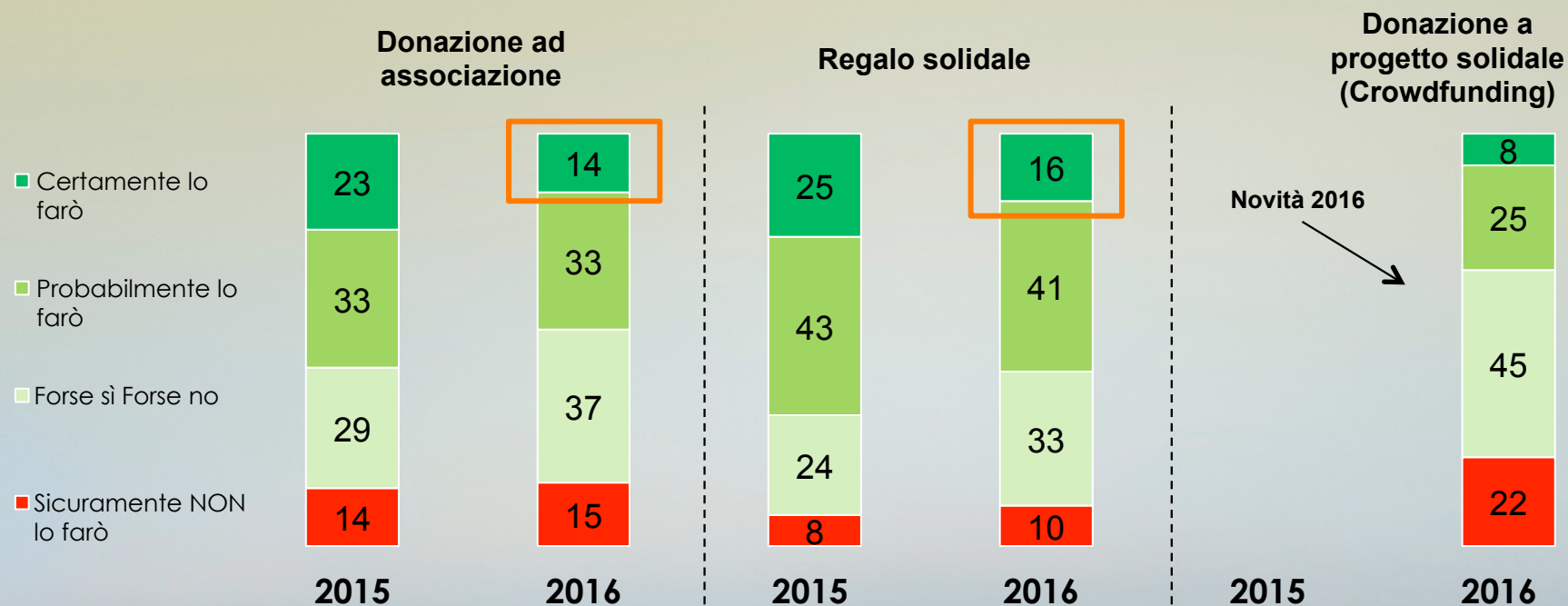
Q20. Perché non hai effettuato una donazione pagando via internet?
Base: chi non paga online su internet: 512

Dati in %;

A photograph of a workspace featuring an Apple iMac. The screen displays the text "Le prospettive per il 2016?" in a bold, black, sans-serif font. The iMac is on a dark wooden desk. To the left of the iMac is a pen holder with several pens and a small black container. To the right, another monitor is partially visible. The background is a warm, orange-toned wall.

**Le prospettive
per il 2016?**

Si conferma alta la propensione a donare nel 2016, circa l'85% si dichiara aperto

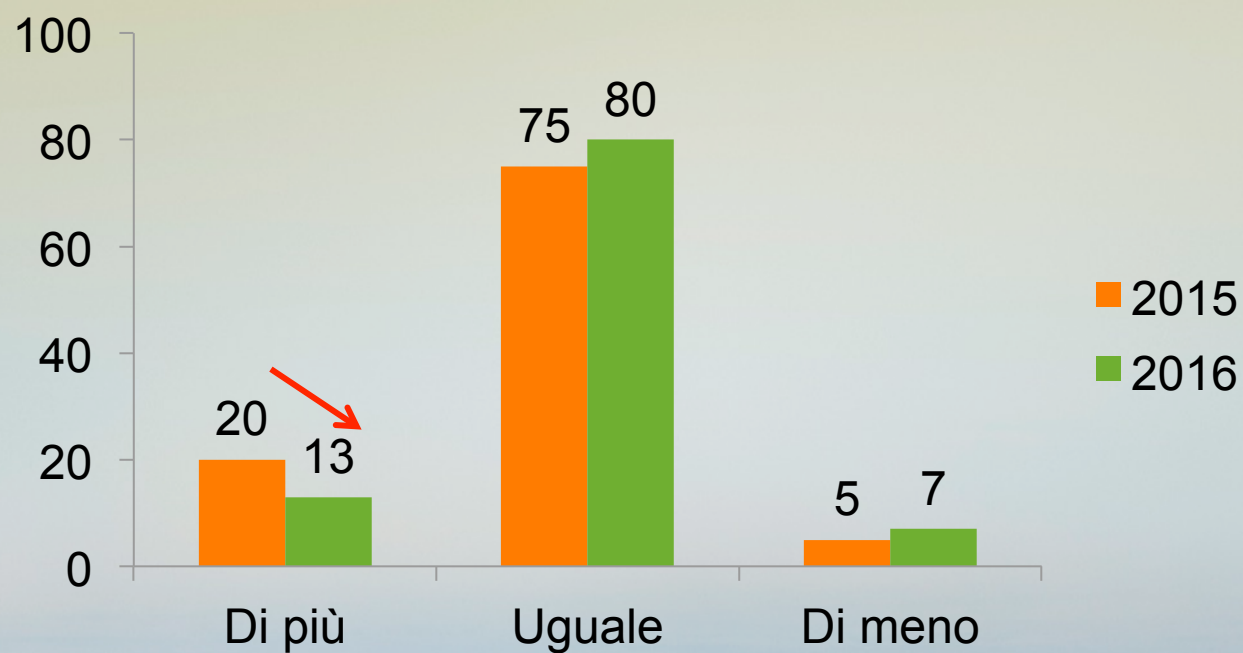


!!! segnale d'attenzione vi è un calo significato del target più caldo

Q9. Con che probabilità effettuerai nei prossimi mesi...
Base totale campione 2015 (1010) ; 2016 (1000).

Dati in %.

Emerge un 2016 potenzialmente più difficile: calano coloro che dichiarano che doneranno di più dell'anno precedente



Q9. Rispetto al 2015 quanto donerai nel 2016..
Base totale campione 2015 (1010) ; 2016 (1000).

Dati in %;

Perché non si dona? Trasparenza, crisi e cresce anche una percezione di eccesso di offerta (confusione?)

CHI NON DONA

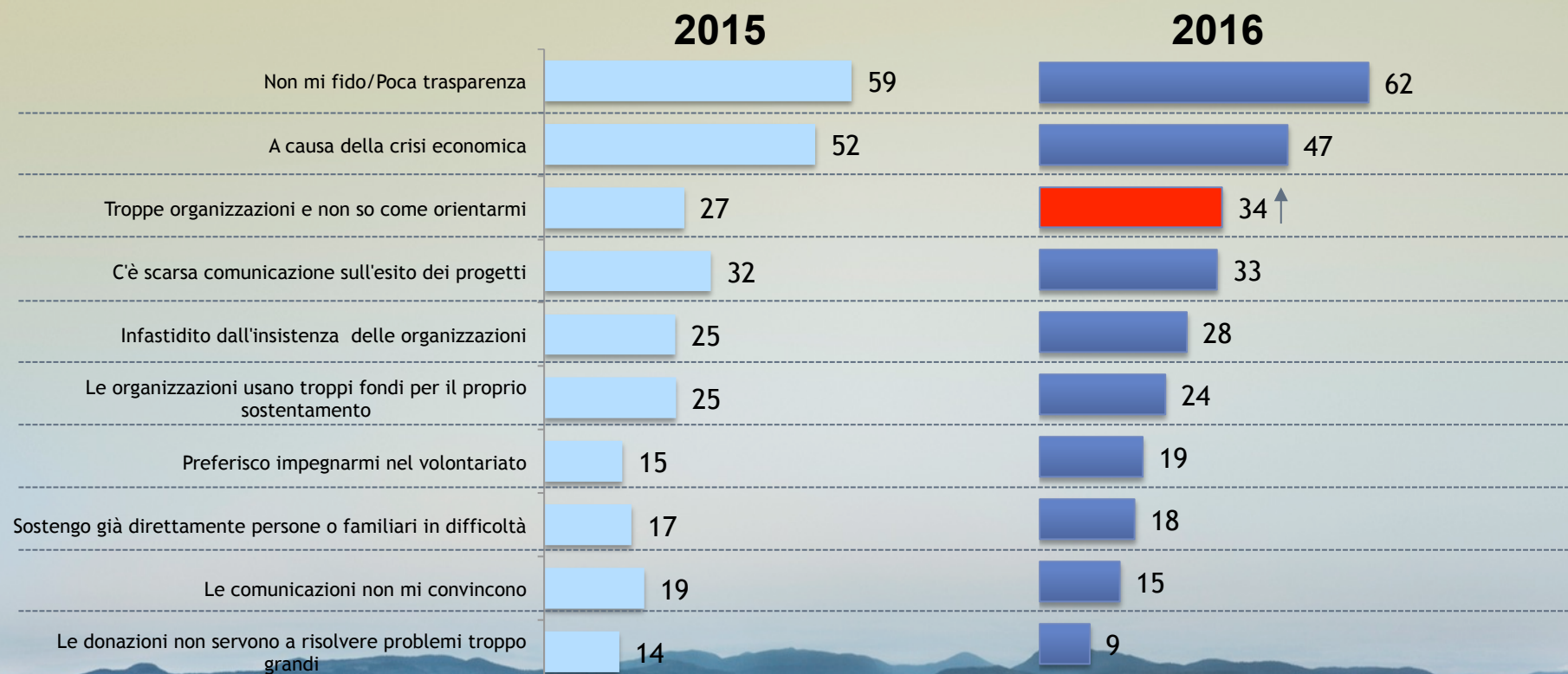
CHI DONA COSA PENSA



Q. Perché non hai effettuato donazioni nel 2015?
Base hanno effettuato donazioni in denaro: 303

Q27. 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 hanno effettuato donazioni in denaro: 697

Tra chi dona vi è una percezione ancora alta di poca trasparenza ed un'offerta (troppo) ampia



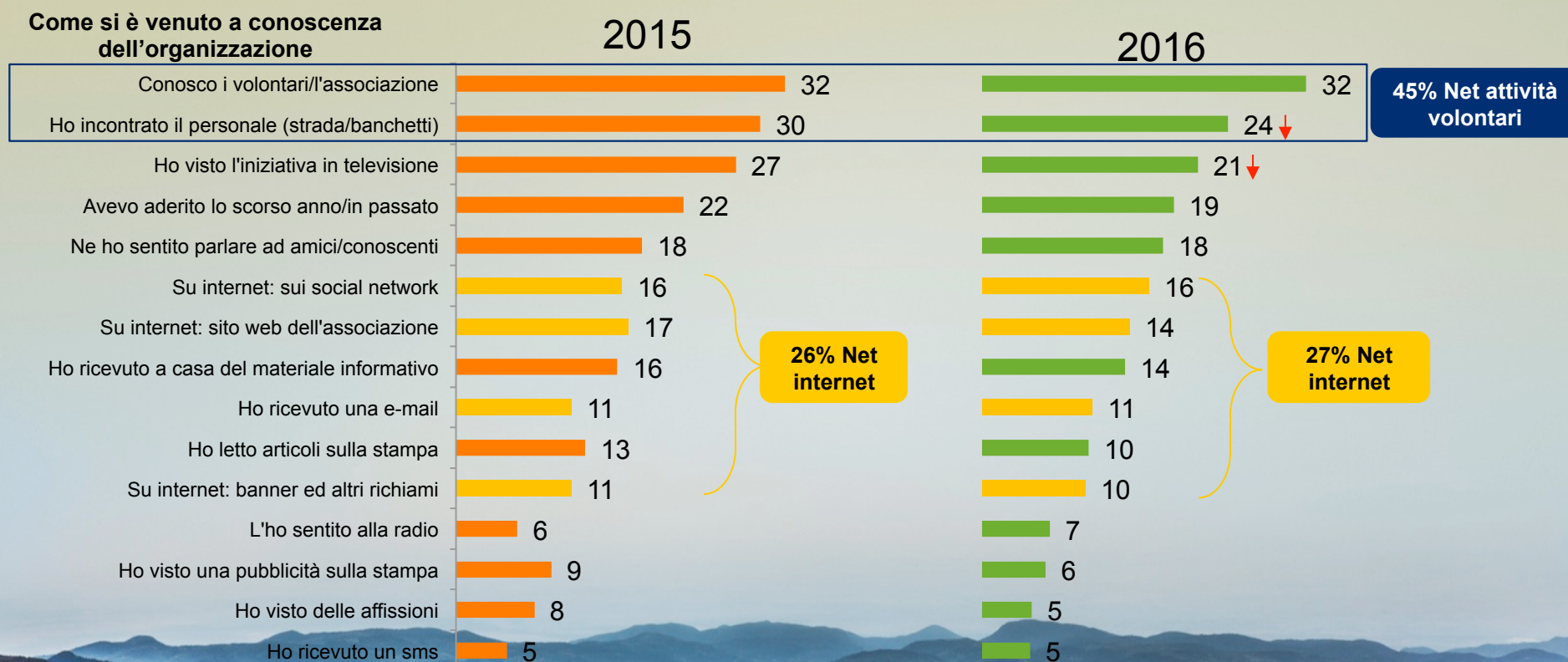
Q27. Altre persone, che al contrario di te non hanno donato nulla, hanno indicato le seguenti motivazioni.

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

Base hanno effettuato donazioni in denaro: 697

Dati in %;

Non è un caso quindi che il contatto diretto sia ancora la fonte primaria per l'effettiva donazione; potrebbe essere internet il volano per scaldare (attraverso i social) e certificare (attraverso il sito)?



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: 2015 (662); 2016 (697);

Dati in %;

In sintesi...



Sintesi 1/2

Il web e soprattutto il **mobile** stanno diventando sempre più **rilevanti** per gli italiani, tanto da entrare nei differenti touch point di acquisto (dal pre al post); il mobile inoltre sta permettendo di **superare il digital divide** italiano.

Gli **onliners si confermano “donatori”**: l'87% ha effettuato almeno una donazione, ma attenzione, nel 2015, si è riscontrata una frequenza di donazione più legata ad **occasioni speciali**.

L'unica modalità di pagamento a **crescere è l'online**, che passa da 15% al 18%, con in evidenza il Croudfunding.

Oltre la **metà delle donazione online** sono effettuate oggi tramite **PayPal** e già **1 utente su 3** ha usato il **mobile** per donare online

Sintesi 2/2

Seppur ancora di nicchia “**donare online**” conferma la sua **ottima accettazione** su tutti gli onliners, dato già registrato l’anno scorso; questo grazie all’ottima percezione di **facilità** che la fa diventare, nell’ideale, la modalità **preferita** in assoluto.

Non si dona ancora **online** perché si dona già molto in modo tradizionale (quasi fosse ormai **un’abitudine**) o perché **non si sa che si può donare online** alla propria associazione.

Il **2016** si prospetta **più difficile** di quanto sia emerso il 2015; le persone sembrano un po’ **più fredde** verso la donazione (seppur non rejectors) e **decregono** gli individui che pensano che **doneranno di più rispetto all’anno precedente**.

Infine, **tra chi NON dona** – ma anche tra chi dona – persiste la **percezione di bassa fiducia e trasparenza** verso le associazioni.



Milano
Via B. Panizza, 7
+39 02 481 933 20

duepuntozeroresearch.it