



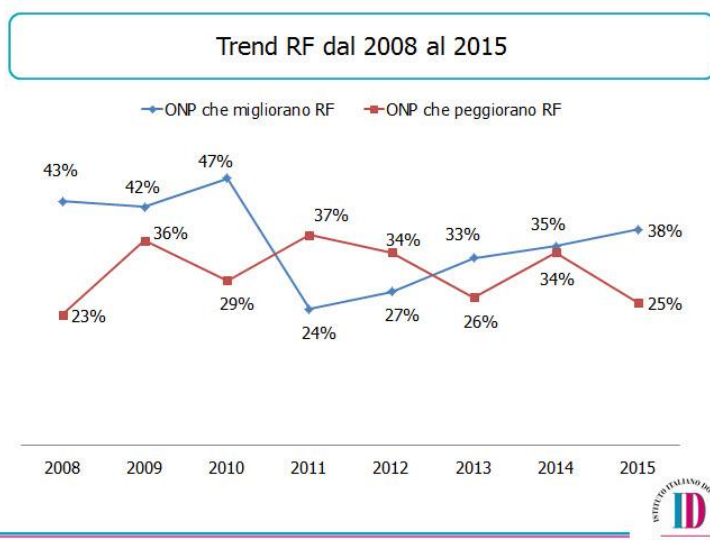
## Raccolte fondi sempre più social e premiate dal contatto one-to-one

**Nel primo appuntamento #DonoDay2016 presentati i dati della 14<sup>a</sup> indagine IID sulle raccolte fondi. Al via domani le oltre 100 iniziative per il 1° Giro dell'Italia che dona**

Milano, 22 settembre 2016 – Un aumento timido ma costante nel tempo delle raccolte fondi nel terzo settore e una maggiore diversificazione degli strumenti messi in campo dalle associazioni italiane: questi i dati che emergono dalla 14<sup>a</sup> edizione dell'indagine **"L'andamento delle raccolte fondi: bilanci 2015 e proiezioni 2016"** realizzata dall'Osservatorio di sostegno al Non Profit sociale dell'Istituto Italiano della Donazione (**IID**) in collaborazione con l'Associazione Italiana Fundraiser (**Assif**). La presentazione dei risultati si è tenuta lunedì a Milano presso Gallerie d'Italia durante l'evento **"Il dono e il territorio"**, un appuntamento realizzato con **Fondazione Cariplo** per celebrare l'apertura delle due settimane di celebrazione di **#DonoDay2016**, il Giorno del Dono edizione 2016.

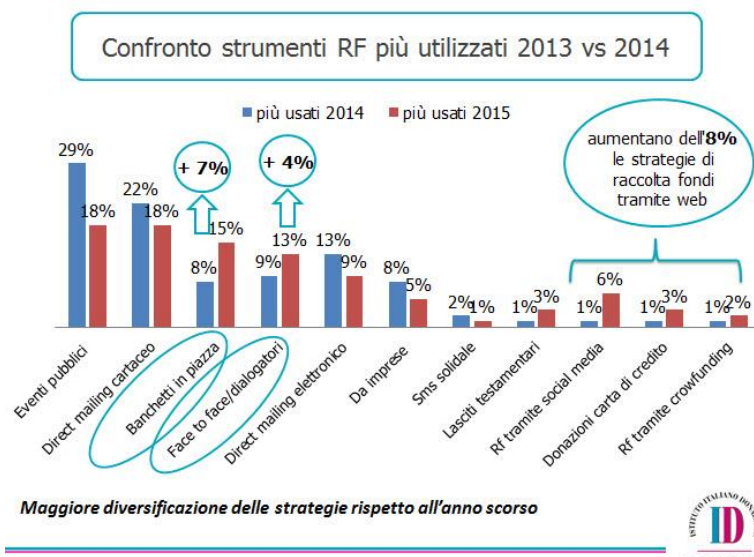
Commenta **Edoardo Patriarca**, Presidente IID: *"Mi piace celebrare la **seconda edizione del Giorno del Dono** con un'ulteriore conferma del miglioramento della raccolta fondi da parte delle associazioni non profit intervistate, un segnale di positività ed entusiasmo in linea con la mobilitazione nazionale che vede più di 200 adesioni tra comuni, associazioni, imprese e scuole per il **1° Giro dell'Italia che dona**, una maratona che da nord a sud fotografa un Paese capace di celebrare il dono nei suoi aspetti più nobili. E questo è solo il primo passo verso un cambiamento culturale che l'IID vuole promuovere, affinché il tema della gratuità sia al centro dell'agire di ognuno di noi".*

I dati raccolti su un campione di oltre 150 Organizzazioni non profit (ONP) mostrano infatti che **due intervistati su cinque** dichiarano di aver registrato, a bilancio 2015, un **miglioramento della propria raccolta fondi** rispetto all'anno precedente, mentre diminuiscono di quasi 10 punti percentuali le organizzazioni che lamentano una flessione. E questo dato non è che l'ultimo gradino di un trend positivo tracciato negli ultimi anni che, dopo il crollo del 2011, sembra non volersi fermare. Si tratta di un incedere a piccoli passi che non è ancora in grado di raggiungere le performance del 2010, ma che segna ugualmente il sorpasso delle ONP soddisfatte su quelle che non lo sono. Le **previsioni per l'intero 2016**, pur essendo prudenziali, sono moderatamente **ottimistiche**, con quasi un 30% del campione che si aspetta di migliorare le già positive performance di raccolta fondi 2015 e solo un 24% che teme di non confermare i risultati già ottenuti.



Rispetto al 2014 emergono segnali di innovazione da non trascurare per quanto riguarda le **strategie di fundraising**: nonostante primeggino ancora una volta strumenti tradizionali quali direct mailing cartaceo ed eventi pubblici, si registra un utilizzo in **aumento di banchetti in piazza (+7%)** e **face to face/dialogatori (+4%)**, ma anche di canali web quali carta di credito, crowdfunding e, soprattutto, **social media (+5%)**. Tutto questo porta ad una maggiore varietà di strumenti utilizzati rispetto agli anni precedenti.

Commenta **Patriarca**: "Quest'ultimo è un segnale importante che attesta l'affacciarsi al mondo delle donazioni di generazioni, se non nuove, quantomeno più giovani e comunque più avvezze agli strumenti social, forse un target che può godere di una inferiore disponibilità economica ma che non deve essere più trascurato, visto anche il diffondersi di dispositivi mobili quali smartphone e tablet. Se da un lato è necessario un intervento per costruire una vera educazione alla cultura del dono, dall'altro non bisogna dimenticare che si costruiscono oggi i donatori di domani, perché è inevitabile un turn over generazionale".



Una caratteristica accomuna tutti gli strumenti che hanno migliorato le proprie performance: prevedono un **contatto personalizzato tra donatore e associazione**. Conclude **Cinzia Di Stasio**, Segretario Generale IID: "Il donatore privato desidera incontrare l'associazione, dare un volto e un nome all'organizzazione di cui potersi fidare, porre in prima persona le domande giuste ed avere le risposte in tempo reale. E questo può avvenire solo in un contesto di contatto diretto one-to-one, o nel modo fisico o in quello virtuale".

[Scarica l'indagine completa](#)

Con la presentazione di questi dati si sono aperte le due settimane di celebrazione del **Giorno del dono 2016** che quest'anno si comporrà di oltre 100 iniziative, distribuite su tutto il territorio nazionale, iniziative che disegneranno la mappa del **1° Giro dell'Italia che dona**: tappe uniche, ognuna con la sua specificità, che culmineranno nell'incontro del **4 ottobre a Roma** che avrà come protagonisti ancora una volta i ragazzi delle scuole.

[Per maggiori informazioni su #DonoDay2016](#)

**Istituto Italiano della Donazione (IID)** è un'associazione che, grazie ai suoi strumenti e alle verifiche annuali, assicura che l'operato delle Organizzazioni Non Profit (ONP) sia in linea con standard riconosciuti a livello internazionale e risponda a criteri di trasparenza, credibilità ed onestà. **I marchi di qualità IID**, concessi alle ONP inserite in **IO DONO SICURO**, confermano che l'ONP mette al centro del proprio agire questi valori. L'Istituto basa la propria attività sulla Carta della Donazione, primo codice italiano di autoregolamentazione per la raccolta e l'utilizzo dei fondi nel Non Profit.

**Istituto Italiano della Donazione (IID)**

Cinzia Di Stasio - Segretario Generale Mob. 333.4616745

Federica Foglio - Comunicazione e Ufficio Stampa Mob. 340.7409635

Tel. 02.87390788 - Fax 02.87390806 - [www.istitutoitalianodonazione.it](http://www.istitutoitalianodonazione.it)

[cinzia.distasio@istitutoitalianodonazione.it](mailto:cinzia.distasio@istitutoitalianodonazione.it)

[comunicazione@istitutoitalianodonazione.it](mailto:comunicazione@istitutoitalianodonazione.it)