

# **“L’andamento delle raccolte fondi: stime 2012 e proiezioni 2013”**

**9<sup>^</sup> rilevazione semestrale**

**Gennaio 2013**

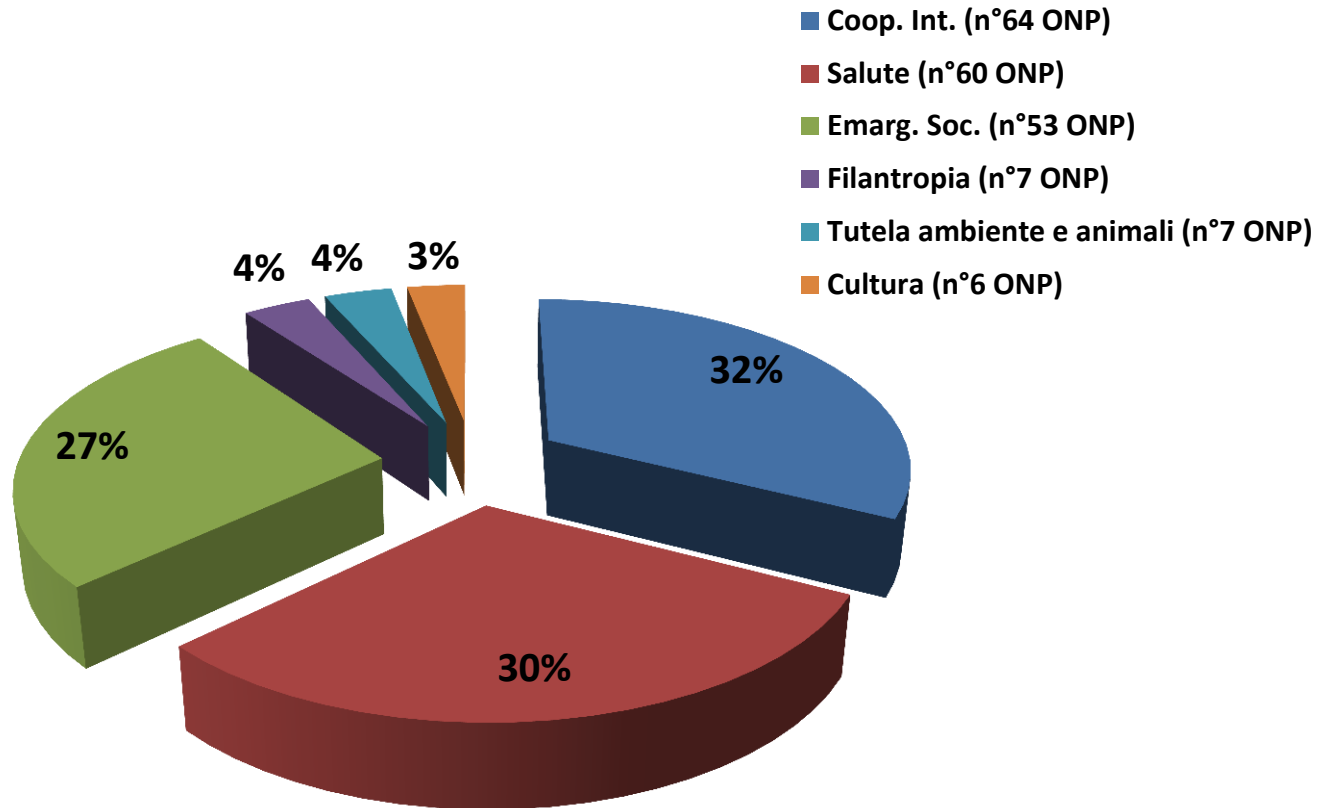
# La metodologia

- Compilazione questionario
- **200** ONP hanno risposto al questionario (+ 10%) nelle ultime due settimane di gennaio 2013\*
- Hanno risposto al questionario Responsabili RF, Direttori Generali e Presidenti
- Rilevazioni:
  - Percezioni e stime andamenti RF 2012
  - Aspettative intero 2013

Con contributi dal Rapporto annuale IPR Marketing per il Sole 24 ORE (febbraio 2013)

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

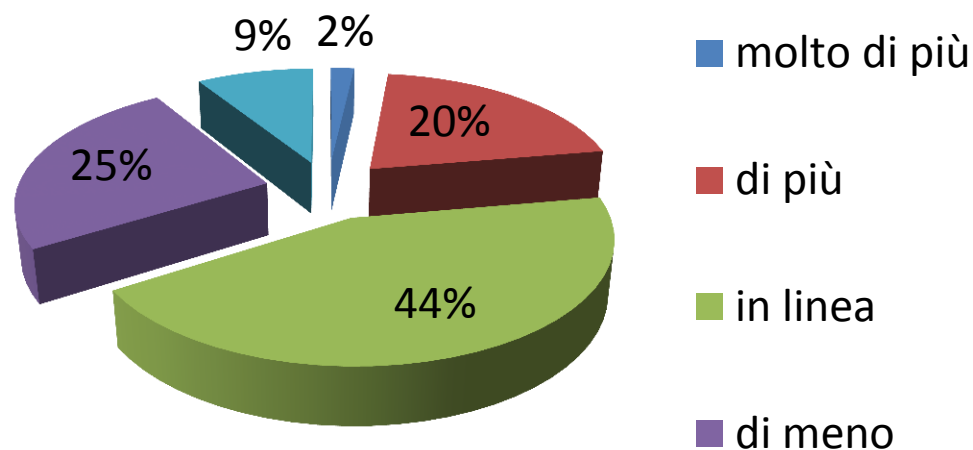
# CAMPIONE



# RF NATALIZIA 2012

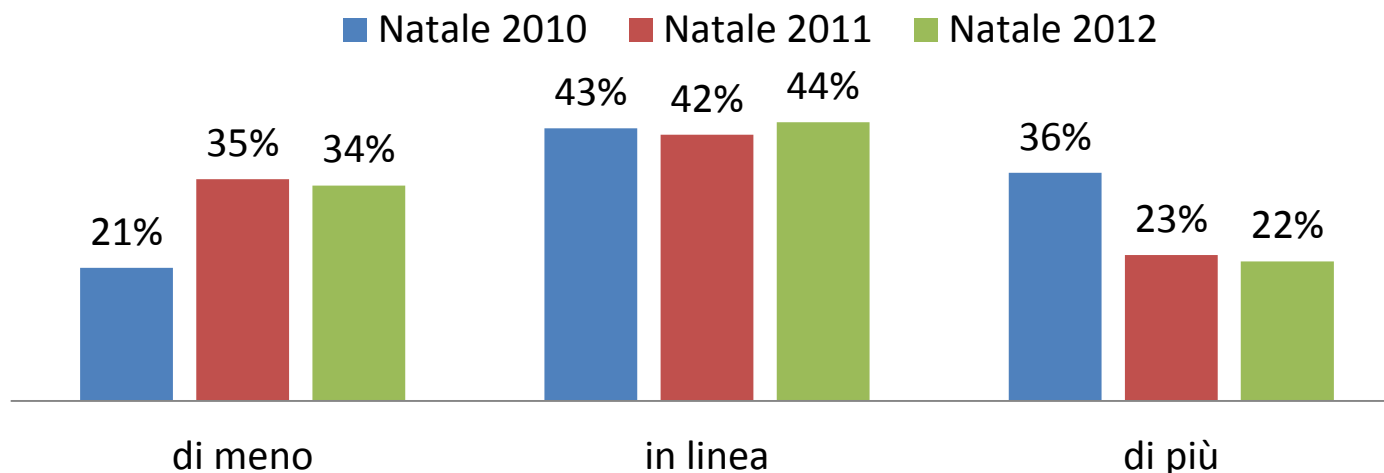
*STIME E CONFRONTI*

## ANDAMENTO RACCOLTA FONDI NATALE 2012



**Il 22% di ONP ha migliorato** le proprie raccolte fondi natalizie 2012, contro un **34%** che invece ha **peggiorato** rispetto all'anno prima

## CFR ANDAMENTI RF NATALIZIE 2010-2011-2012



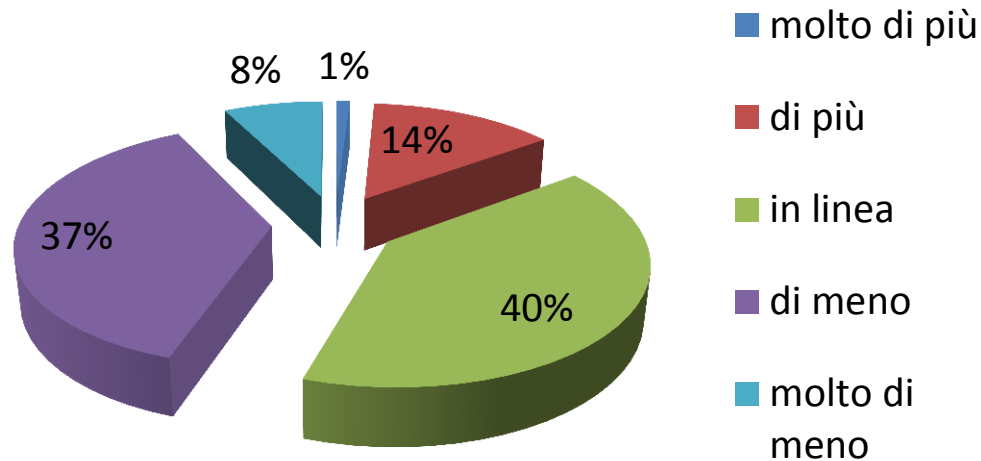
RISULTATO	2011	2012	DIFFERENZA
DI MENO	35%	34%	-1%
IN LINEA	42%	44%	-
DI PIU'	23%	22%	-1%

Rispetto al 2011 la raccolta fondi natalizia sembra non aver subito grosse oscillazioni, né in positivo né in negativo, come invece è successo tra il 2010 e il 2011, dove durante le RF natalizie c'è stato un - 13% di ONP che migliorato e un + 15% che ha peggiorato

# ENTRATE TOTALI E RACCOLTA FONDI

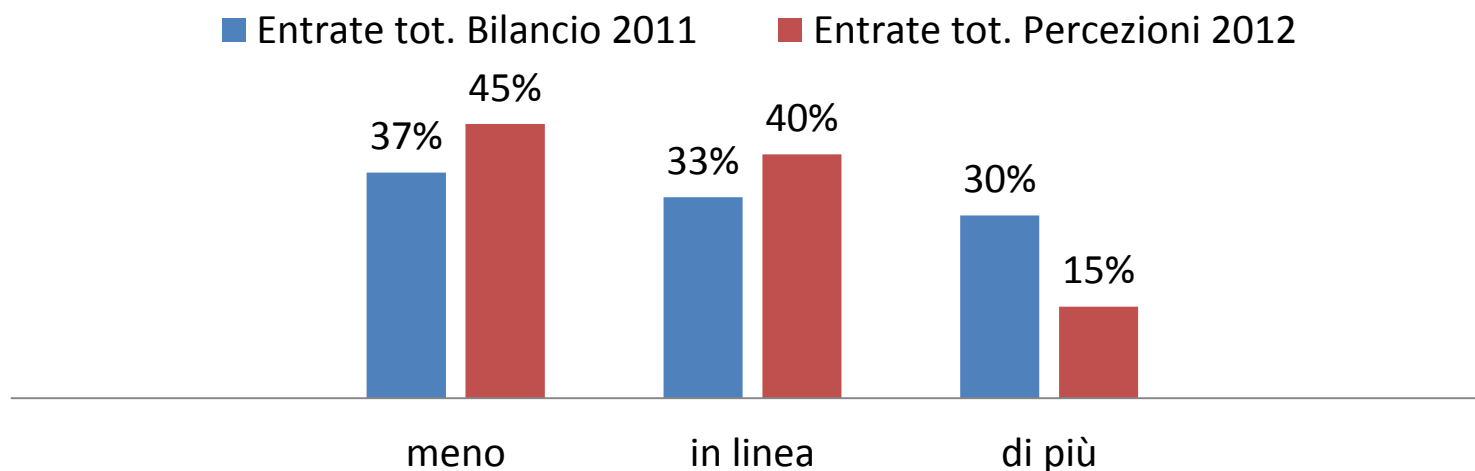
*STIME 2012, CONFRONTI E PREVISIONI 2013*

## Stime entrate totali 2012 (INTERO ANNO)



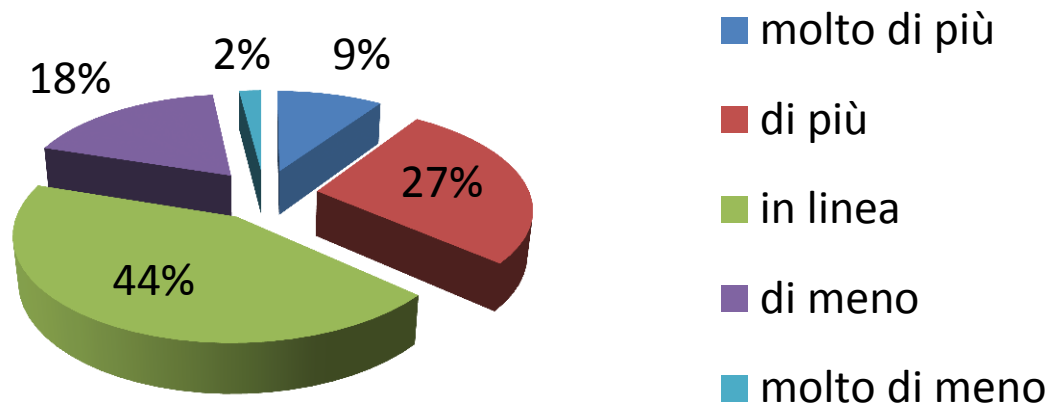
**Il 15% di Onp stima di aver migliorato** le proprie entrate per l'intero 2012, mentre il **45% peggiora** sensibilmente rispetto al 2011

## CONFRONTO SUGLI ANDAMENTI ENTRATE TOTALI 2011 (DATI DI BILANCIO)-2012 (STIME)



Il 2012 sembra essere andato peggio rispetto al 2011, infatti **diminuisce del 15% il numero delle ONP che ha percepito miglioramenti** nelle proprie entrate a bilancio (rispetto al 21% in meno nel confronto tra il 2010 e il 2011) e aumenta di **8 punti** in percentuale il numero delle ONP che peggiora

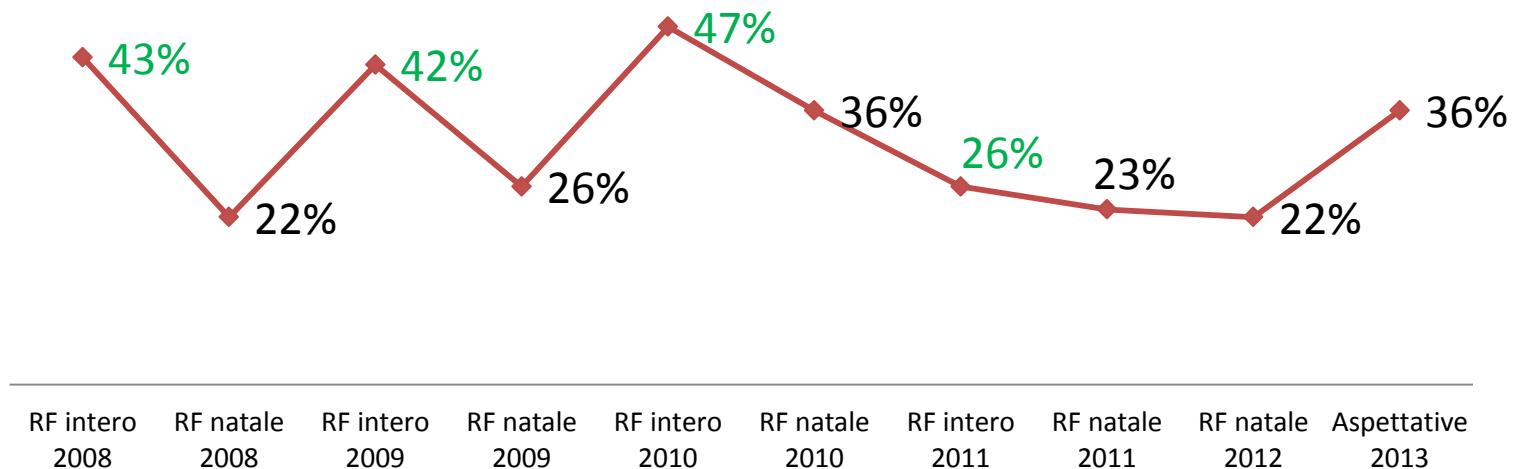
# PREVISIONI RACCOLTA FONDI 2013



**Il 36 % di Onp prevede di migliorare** le proprie RF per l'intero 2013, mentre il **20% prevede di peggiorare** rispetto al 2012

# Andamenti dal 2008 alle previsioni 2013

*ONP che migliorano*



Le ONP intervistate registrano un calo molto significativo delle proprie raccolte fondi nel periodo natalizio: il 2012 si allinea, infatti, ai valori del 2008/09.

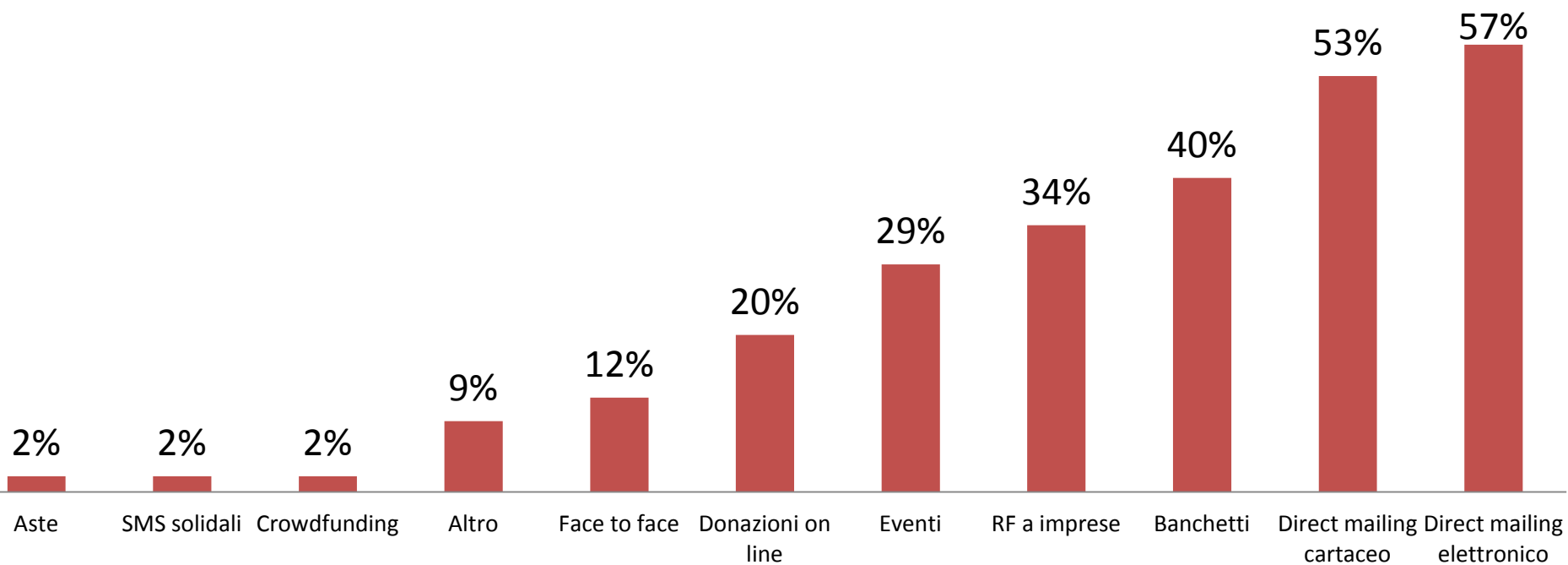
Dopo un incremento a Natale 2010 di 10 punti in percentuale rispetto al 2009, dal 2011 rileviamo che le raccolte fondi natalizie continuano a peggiorare, attestandosi attorno ai valori pre 2010. **Il 2012 registra il valore più basso di Onp che migliorano (22%) nel periodo natalizio**

# SINTESI

<b>RF NATALE 2012</b> vs 2011	- 1% ONP CHE MIGLIORANO, -1% ONP CHE PEGGIORANO
<b>ENTRATE TOT 2012</b> <i>VS 2011 (DATI DI BILANCIO)</i>	- 15% ONP CHE MIGLIORANO, + 8% ONP CHE PEGGIORANO
<b>RF INTERO 2013</b>	36% prevede di migliorare

STRATEGIA DI RACCOLTA FONDI  
e  
DIFFICOLTA' RISCONTRATE

# Strategie di RF utilizzate a Natale 2012



# Rapporto annuale IPR Marketing *per il Sole 24 ore*

## Le modalità utilizzate

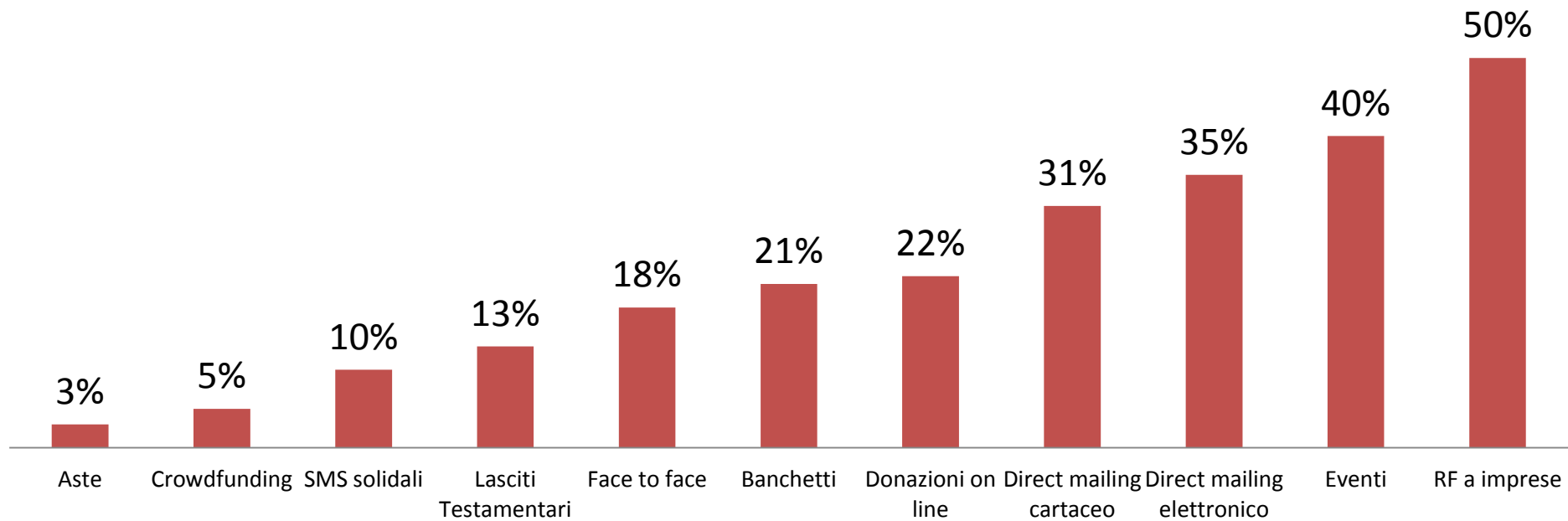
### LE MODALITÀ

Rispetto alla donazione di quest'anno, che modalità di donazione a scelto? (Possibili più risposte)

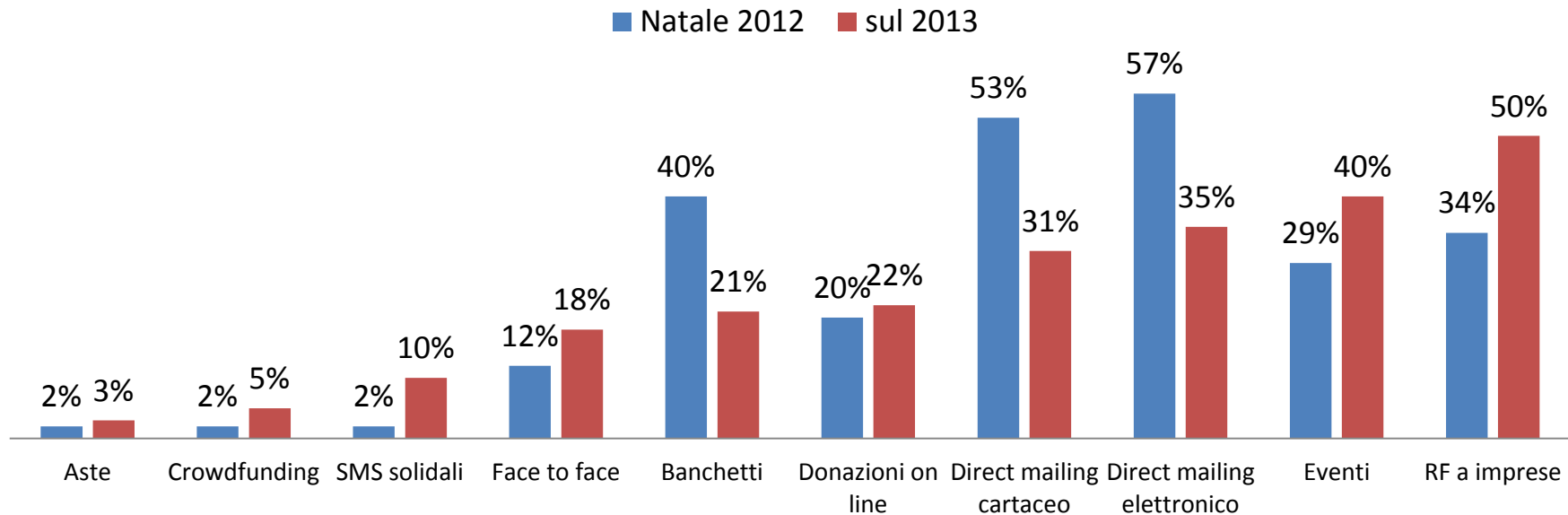
	Gennaio 2010	Gennaio 2011	Gennaio 2012	Febbraio 2013	Dif. 2013-12
Contanti	32	34	34	32	-2
Bollettino postale	48	28	34	39	+5
Telefono /Sms	46	30	33	22	-11
Bonifico bancario	6	13	13	16	+3
Internet (*)	10	8	5	6	+1
Altro	8	9	13	7	-6

Dall'indagine **IPR Marketing per Il Sole 24 ORE** si leggono questi dati:  
è aumentata di 5 punti in percentuale il numero dei donatori che utilizzano il bollettino postale (collegato al mailing) mentre le donazioni online sembrano non aver subito grandi cambiamenti

# Strategie di Raccolta fondi per il 2013



# Confronti tra le strategie di RF utilizzate a Natale 2012 e quelle su cui puntare per il 2013

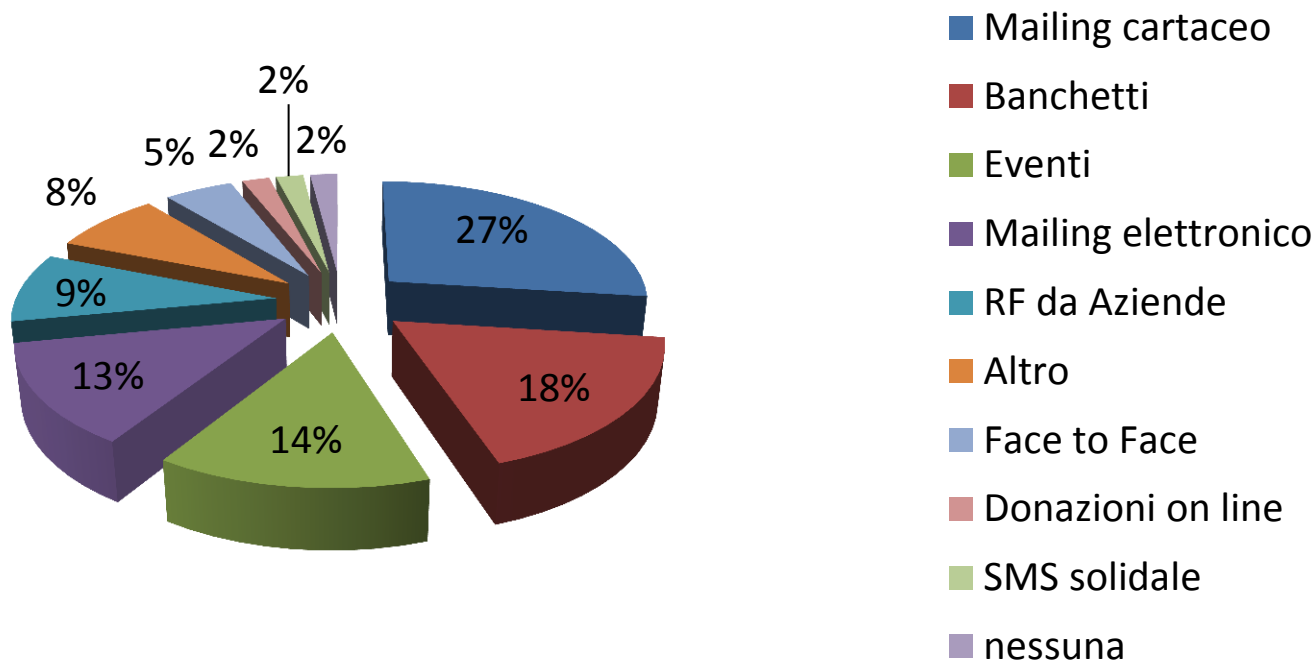


Le ONP scelgono di utilizzare il DM perché più sicuro, ma dichiarano nelle intenzioni di voler puntare maggiormente su strumenti basati sulla relazione:

**RF da aziende ed eventi.**

Timidi incrementi nelle intenzioni di utilizzare strumenti più innovativi (crowdfunding e donazioni online)

## Strategia più efficace



La strategia più efficace risulta essere ancora legata al **mailing cartaceo**, probabilmente perché incontra l'attitudine del **donatore a preferire il bollettino postale** rispetto ad altri strumenti di raccolta di fondi.

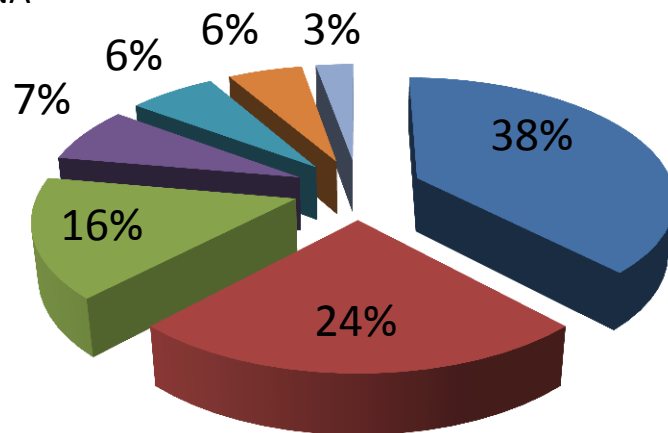
- DM strumento più sicuro
- Intenzione di incentivare la RF da **aziende** ed **eventi**
- Gli strumenti **online** non vengono premiati dai donatori

## Strategie di RF per settori

Tutti i settori si caratterizzano per un utilizzo massiccio del **mailing cartaceo**, soprattutto durante il periodo natalizio. Lo stesso strumento è giudicato anche quello più efficace da due settori su tre, ad eccezione del settore della salute e ricerca scientifica che indica come strumento più efficace «i banchetti»

## Difficoltà maggiormente riscontrate RF Natale 2012

- IL DONATORE DONA DI MENO
- DIFFICOLTA' A TROVARE NUOVI DONATORI
- UNA MAGGIORE CONCORRENZA CON ONP SIMILI
- INADEGUATEZZA DELLE POLITICHE PER IL TERZO SETTORE
- PERDITA DEI DONATORI FEDELI
- NESSUNA
- ALTRO



Sembrerebbe che le difficoltà maggiori riscontrate riguardino **l'allargamento a nuovi donatori e la minore disponibilità economica dei donatori fedeli**, visto che non è messa in discussione la loro perdita (**perdita dei donatori** solo per il **6%** delle ONP).

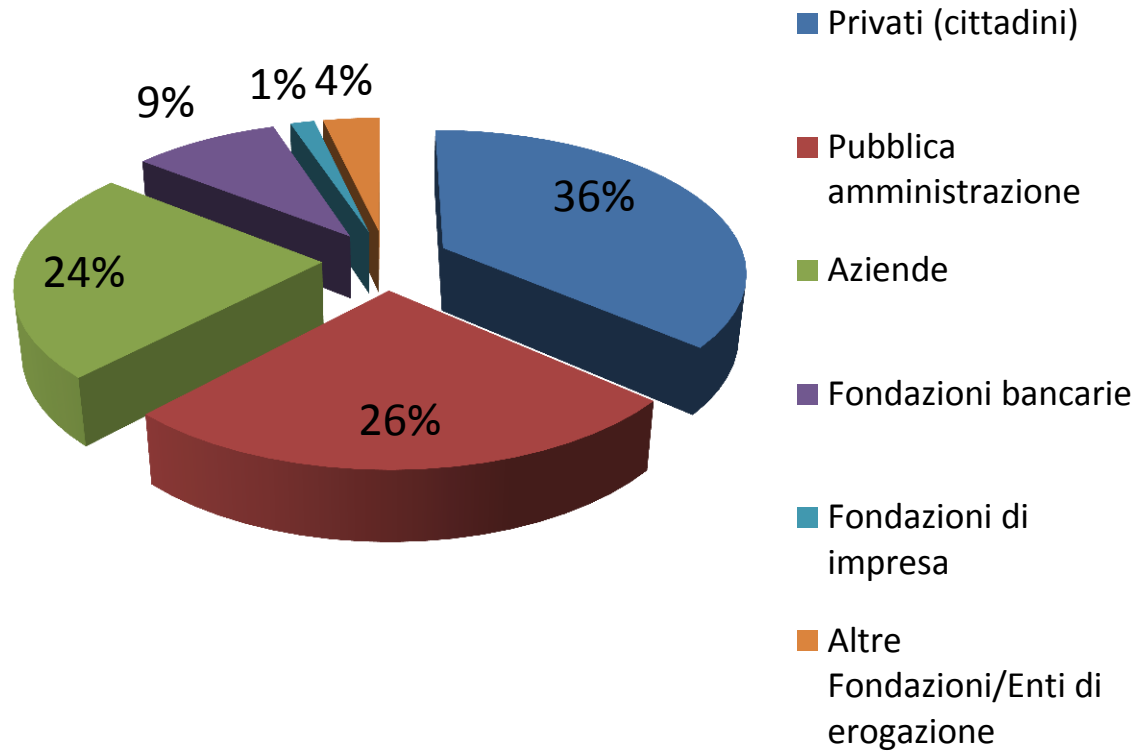
Questo sta a significare che i donatori fedeli continuano, per la maggior parte, a sostenere le associazioni di cui si fidano, anche in tempi di crisi.

# Rapporto annuale IPR Marketing *per il Sole 24 ore* **La fedeltà alle ONP**

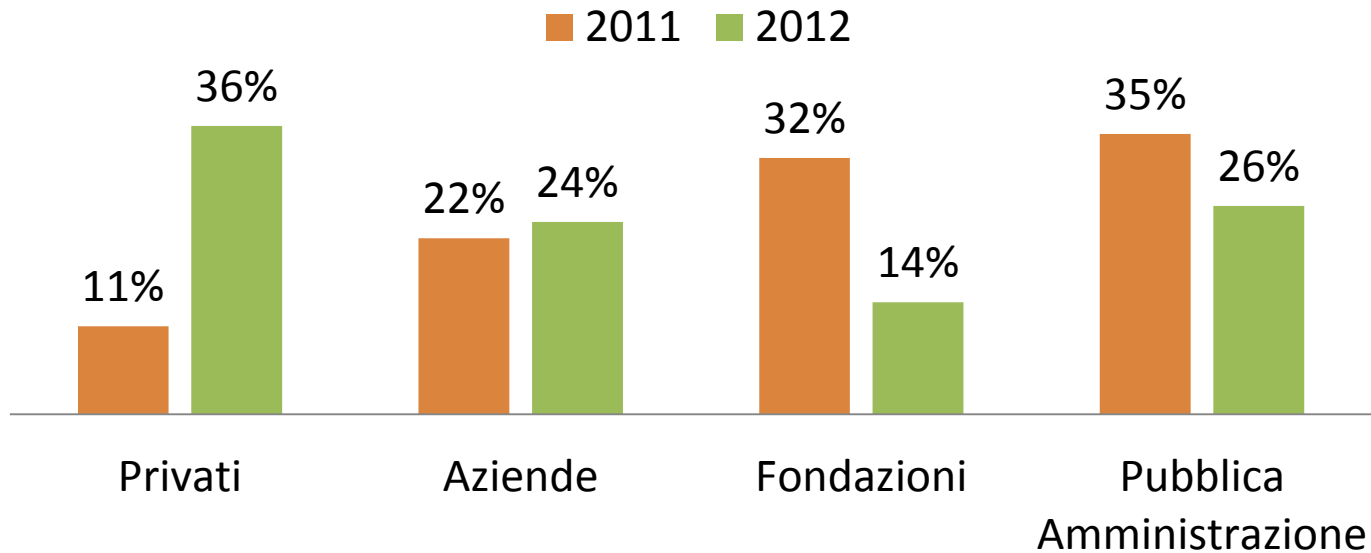


# ANALISI DEI TARGET DI DONATORI

# Donors meno generosi



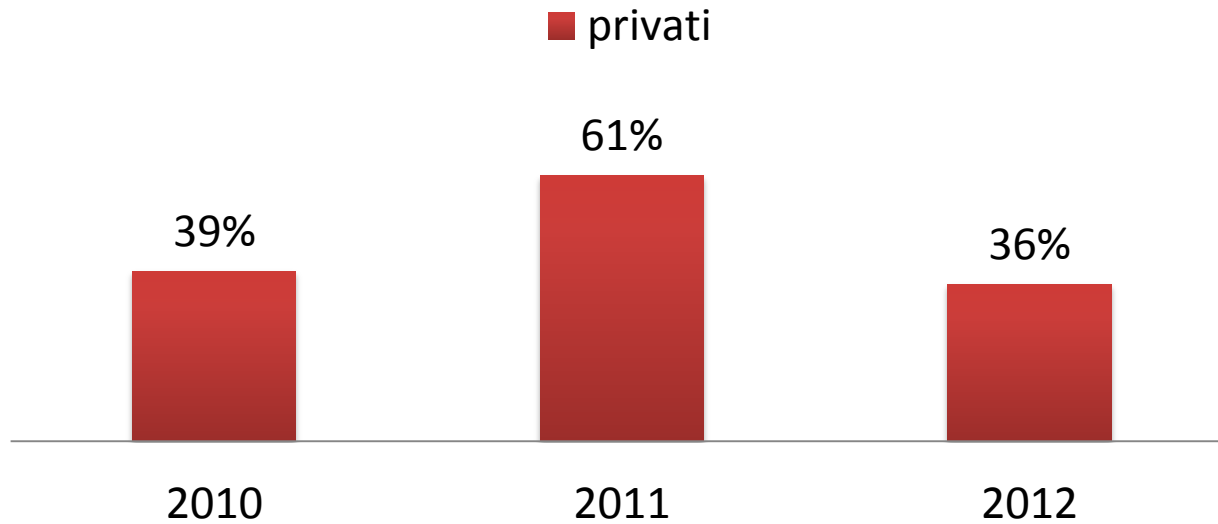
## Donors meno generosi



Per la prima volta sono i **donatori privati** ad essere registrati come il **target «meno generoso»**, probabilmente a causa del ridimensionamento della quantità delle erogazioni che, unito alla perdita di donatori, causa una contrazione delle entrate dai privati

# Donors più generosi

*Andamento privati*



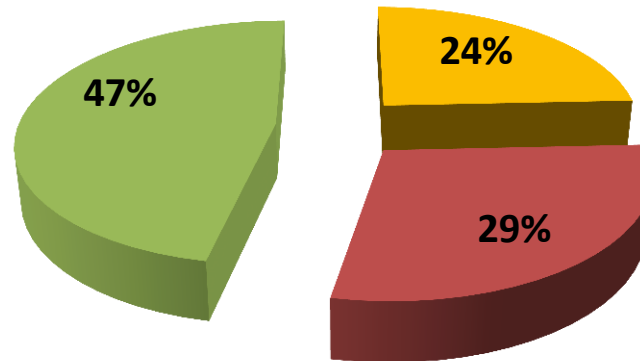
# Rapporto annuale IPR Marketing *per il Sole 24 ore* **Importi donati**

## GLI IMPORTI

Complessivamente in quale fascia di importo si colloca la sua/le sue donazione/i

	Gennaio 2010	Gennaio 2011	Gennaio 2012	Febbraio 2013	Dif. 2013-12
Fino a 20 euro	38	46	46	41	-5
Fra i 21 e i 50 euro	28	16	26	24	-2
Fra i 51 e i 100 euro	14	27	18	22	+4
Fra i 101 e i 200 euro	16	7	4	10	+6
Fra i 201 e i 500 euro	3	3	5	2	-3
Più di 500 euro	1	1	1	1	0

# Perché si è raccolto di meno



- E' diminuito il numero dei donatori
- A parità del numero dei donatori è diminuita la loro donazione media
- Entrambi i fenomeni

# Rapporto annuale IPR Marketing *per il Sole 24 ore*

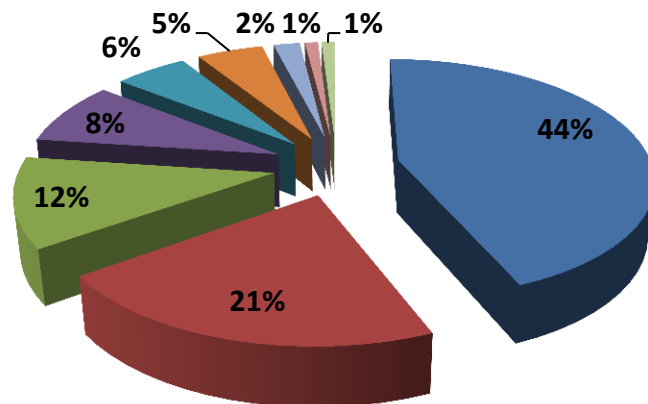
## Motivazioni del calo

### LE RAGIONI

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

Totale campione	Area di residenza		
	Nord	Centro	Sud e Isole
<b>Minore disponibilità economica</b>			
73	76	54	78
<b>Motivi di altro genere</b>			
22	19	44	14
<b>Non sa</b>			
5	5	2	8

# Cosa chiede il non profit al nuovo governo



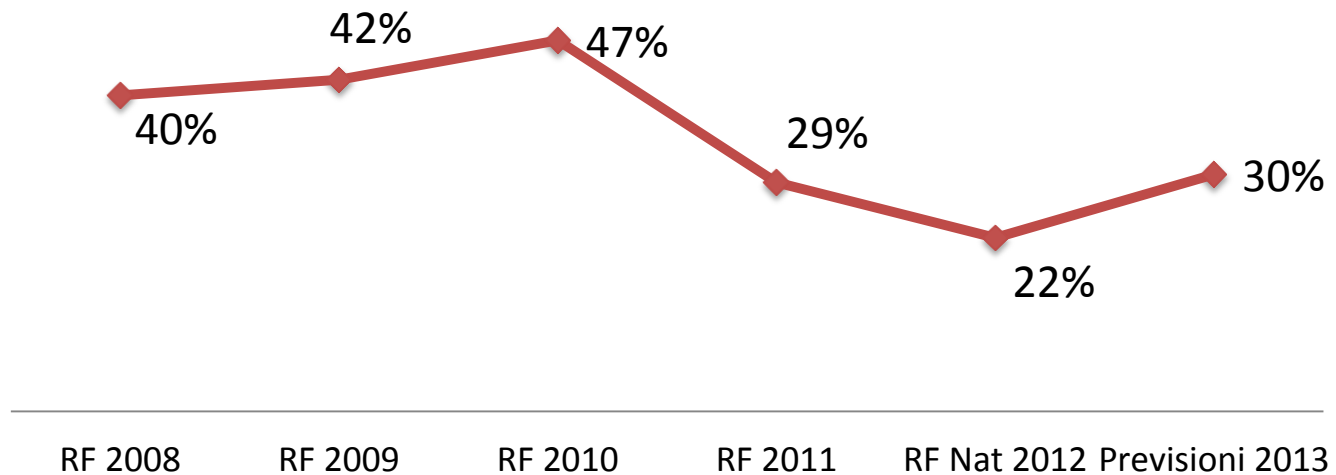
- Stabilizzazione del 5 per mille
- Politiche di detassazione
- Più coinvolgimento nelle politiche di welfare
- Ripristino Agenzia per il terzo settore con potere di Autoriy
- Aggiornamento leggi speciali
- Campagna di comunicazione per favorire la corretta conoscenza del settore
- Altro
- Aggiornamento Codice Civile
- Unificazione dei registri in un unico registro nazionale

# ANALISI PER SETTORI

# COOP. INTERNAZIONALE

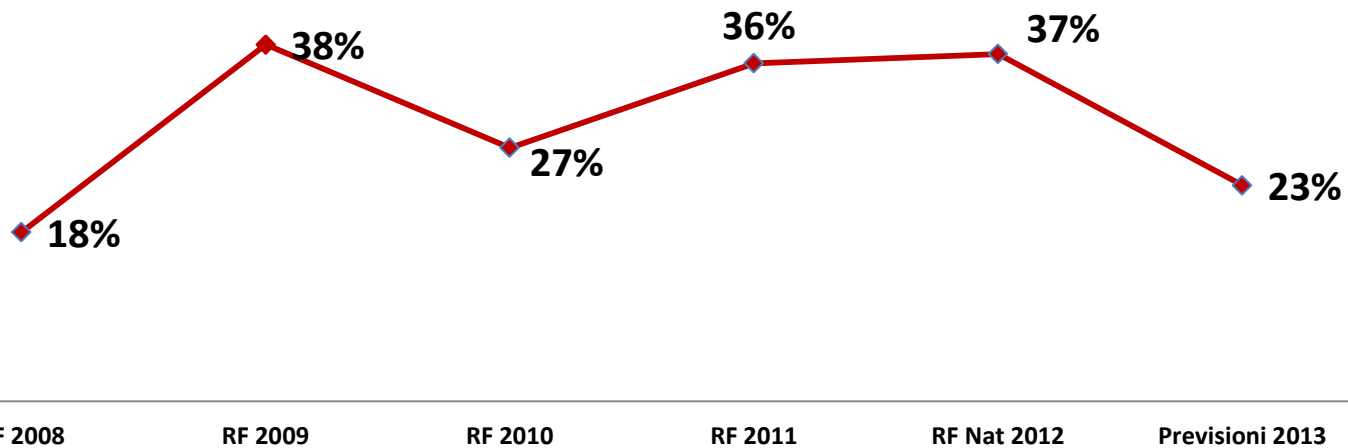
# COOP INTERNAZIONALE

*Onp che migliorano*



# COOP INTERNAZIONALE

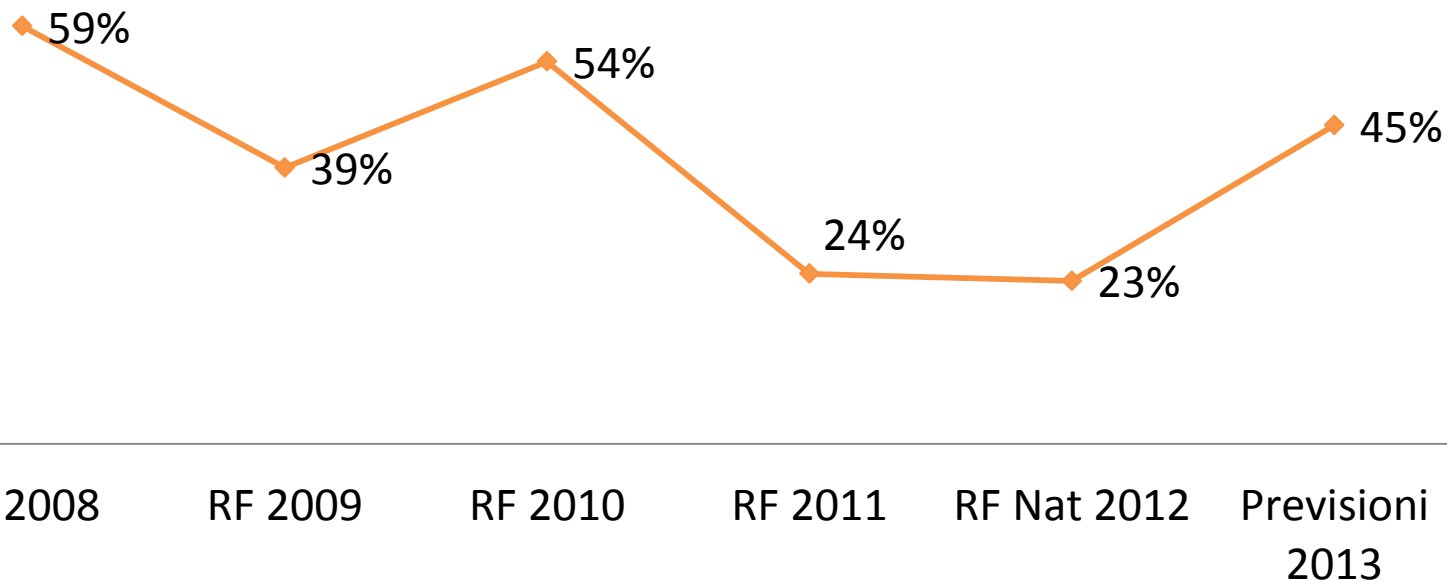
*Onp che peggiorano*



# Tutela della salute e assistenza

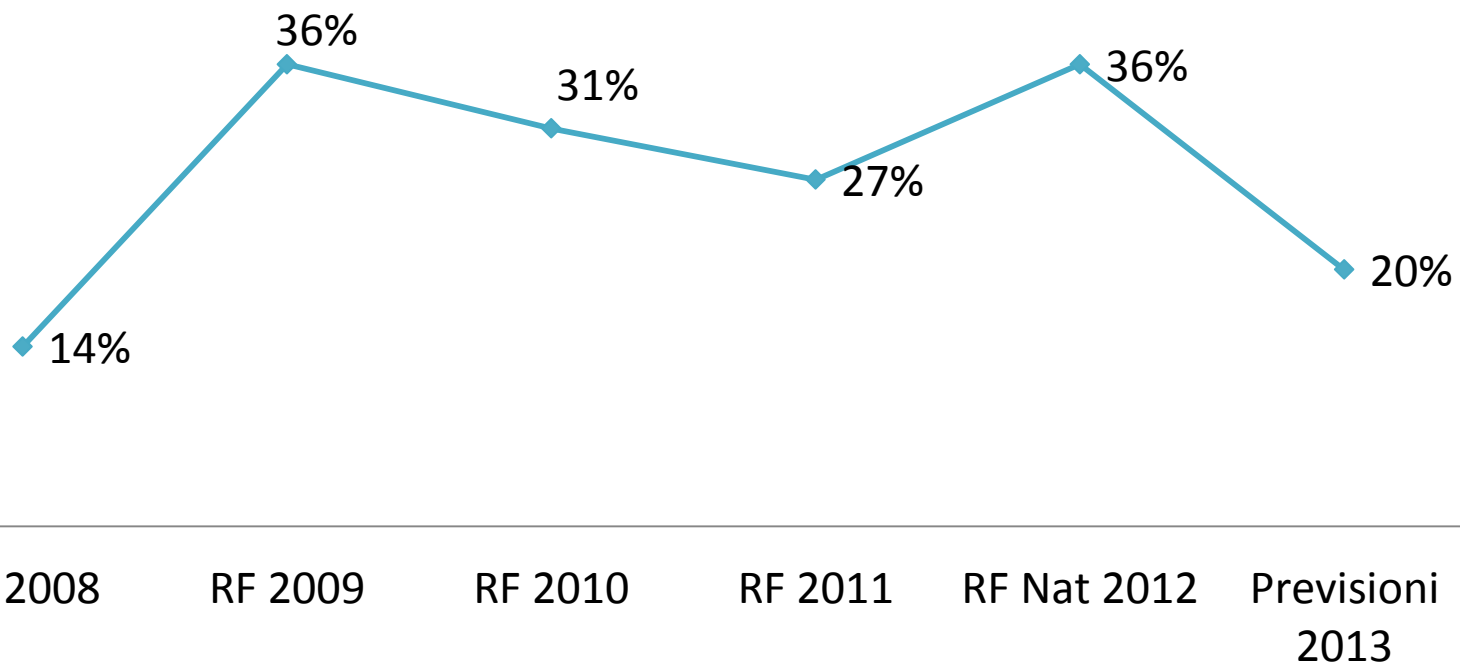
# Tutela della salute e assistenza

Onp che migliorano



# Tutela della salute e assistenza

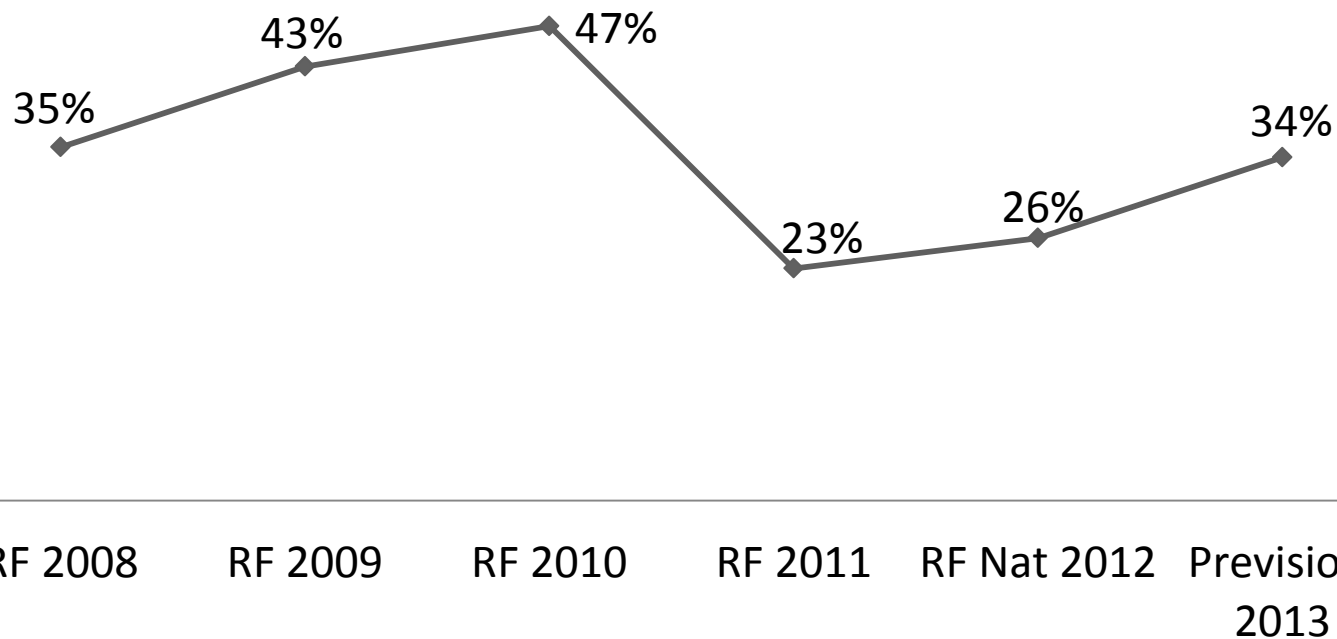
Onp che peggiorano



# Lotta all'emarginazione sociale

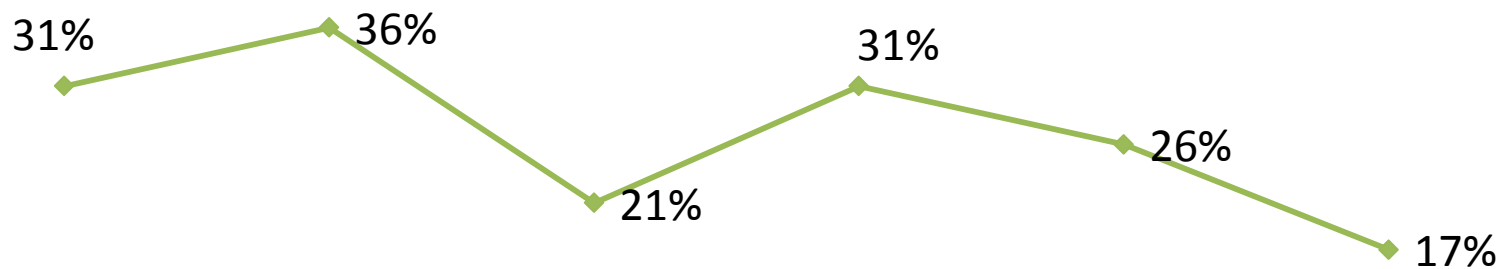
# Lotta all'emarginazione sociale

Onp che migliorano



# Lotta all'emarginazione sociale

Onp che peggiorano



RF 2008

RF 2009

RF 2010

RF 2011

RF Nat 2012

Previsioni  
2013

# SINTESI GENERALE SETTORI

# **WORLD GIVING INDEX 2012**

## A cura di CAF (Charities Aid Foundation)

Monitoraggio di tre parametri, attraverso tre semplici domande, rivolte a 150.000 persone in 145 paesi:

**Hai fatto una donazione nell'ultimo mese?**

**Hai aiutato uno sconosciuto nell'ultimo mese?**

**Hai donato del tempo nell'ultimo mese?**



# WORLD GIVING INDEX 2012

A cura di CAF (Charities Aid Foundation)

## Hai fatto una donazione nell'ultimo mese?

**1° Irlanda 79%**

**34° Belgio 38%**

**35° Italia 37%**

**36° Slovacchia 37%**

**145° Senegal 3%**

# WORLD GIVING INDEX 2012

A cura di CAF (Charities Aid Foundation)

## Hai donato del tempo nell'ultimo mese?

**1 Finland 30%**

**63° South Africa 19%**

**64° Italia 18%**

**65° Mauritania 17%**

**145 Serbia 3%**

**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](http://www.istitutoitalianodonazione.it)**

