

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

9[^] rilevazione semestrale

Gennaio 2013

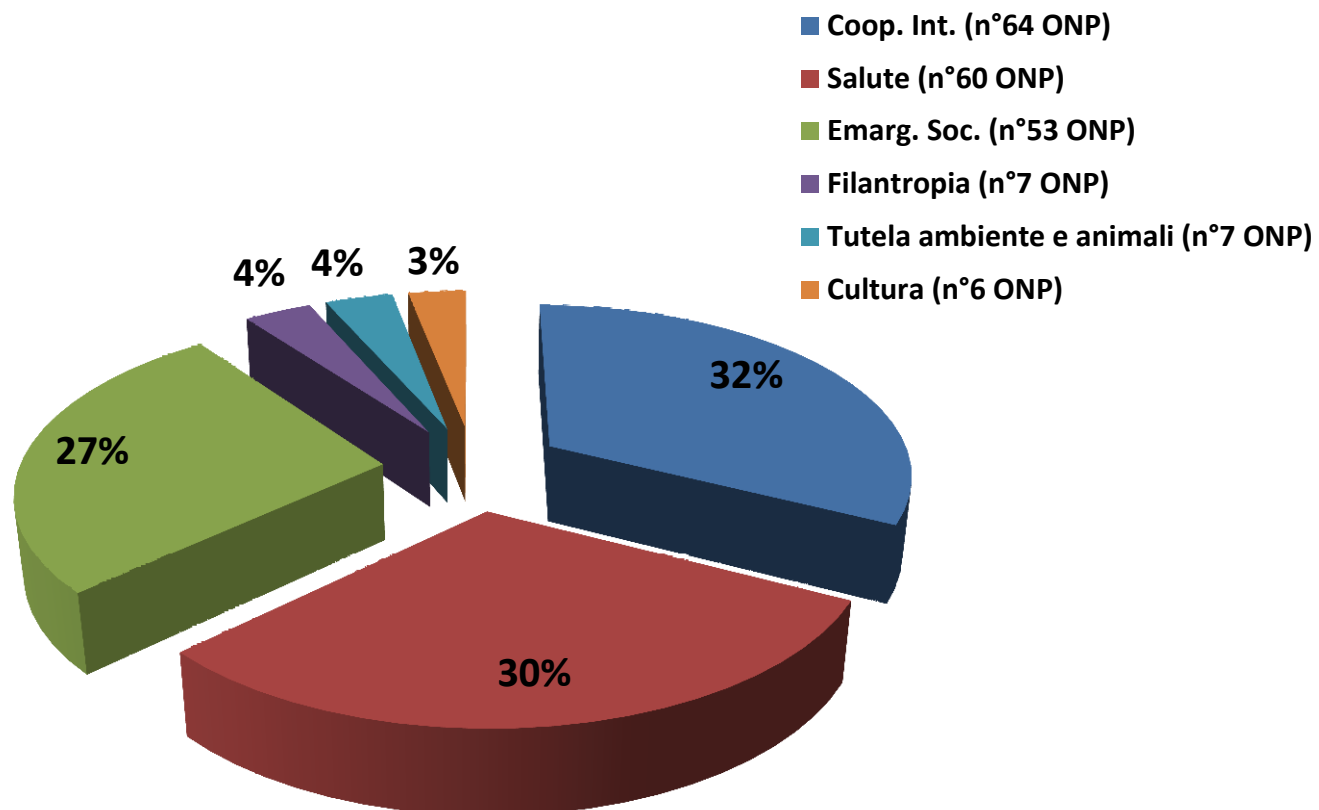
La metodologia

- 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***

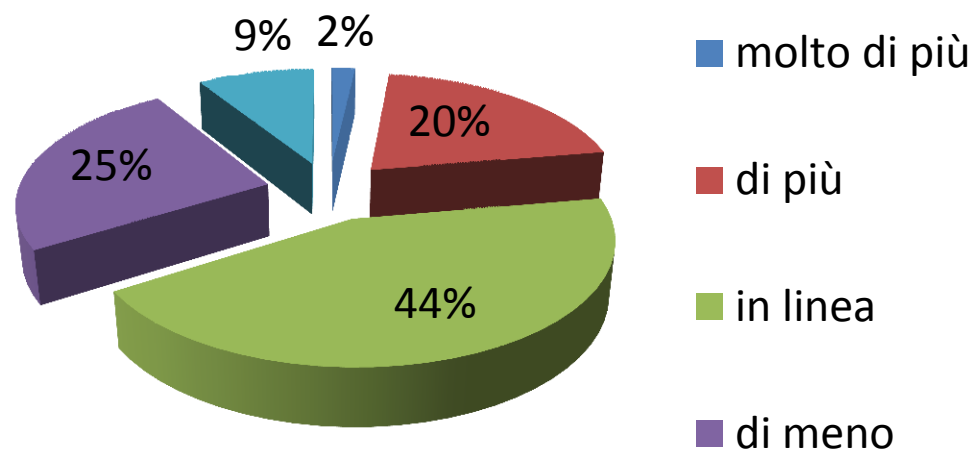
CAMPIONE



RF NATALIZIA 2012

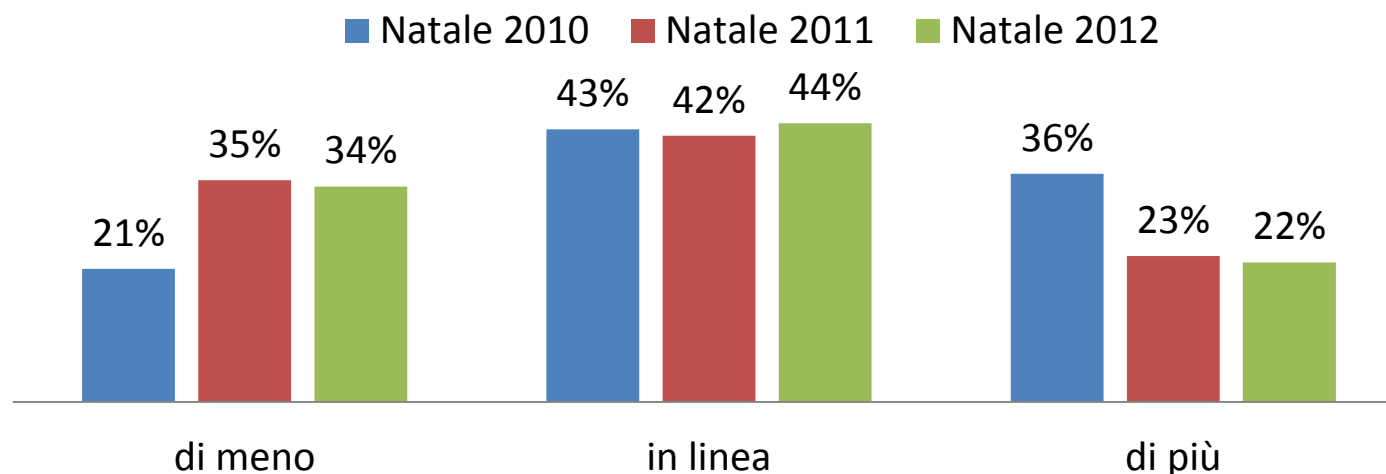
STIME E CONFRONTI

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



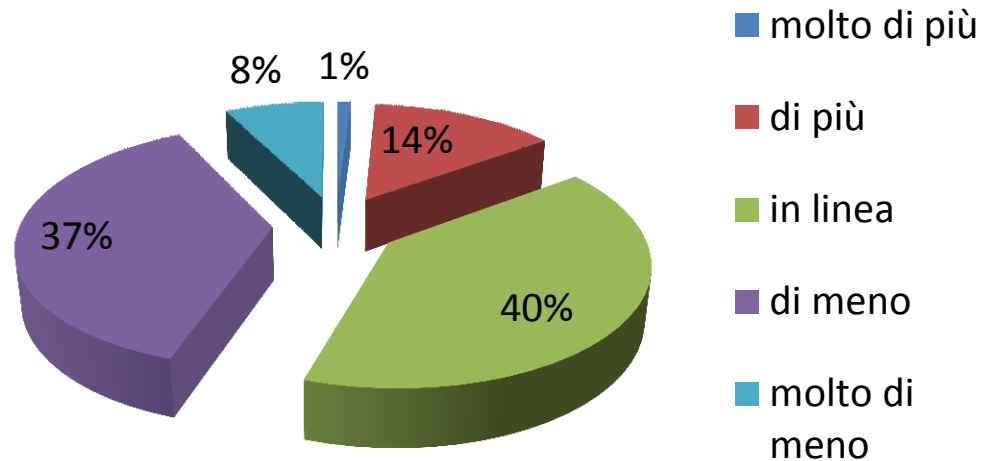
RISULTATO	2011	2012	DIFFERENZA
DI MENO	35%	34%	-1%
IN LINEA	42%	44%	-
DI PIU'	23%	22%	-1%

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

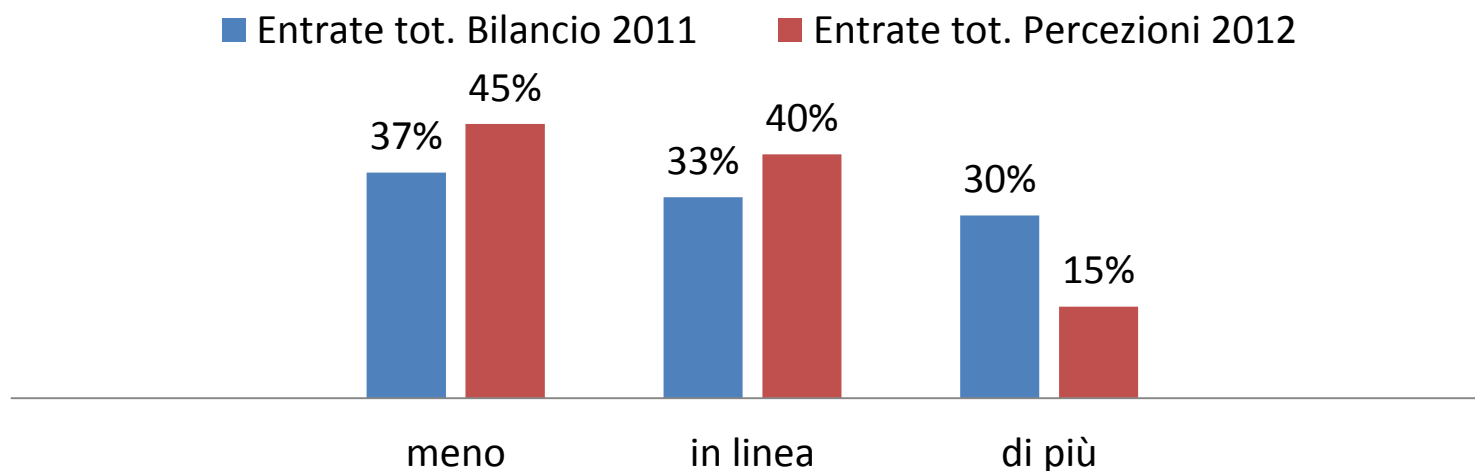
STIME 2012, CONFRONTI E PREVISIONI 2013

Stime entrate totali 2012 (**INTERO ANNO**)



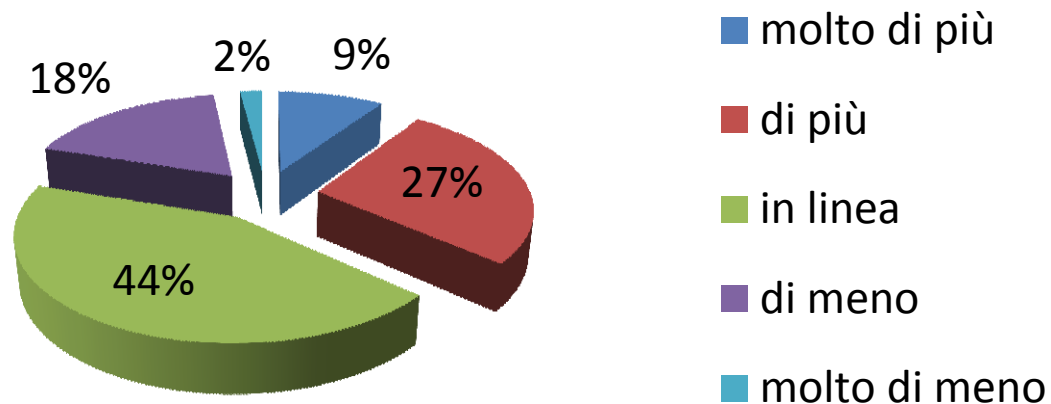
Il 15% di Onp stima di aver migliorato le proprie entrate per l'intero 2012, mentre il **45% peggiora** sensibilmente rispetto al 2011

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

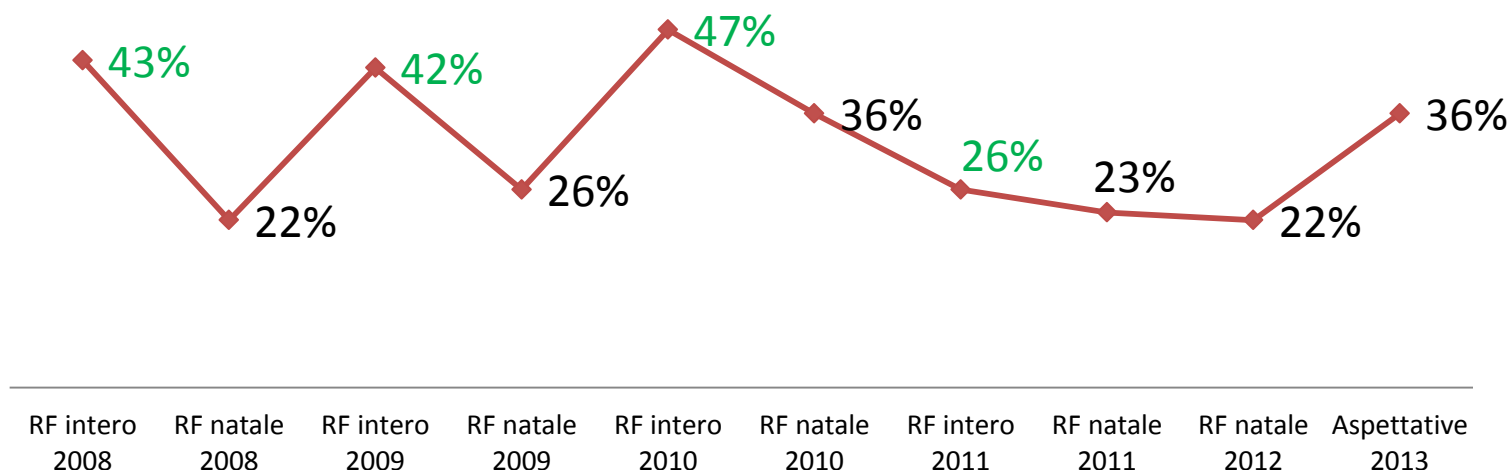
PREVISIONI RACCOLTA FONDI 2013



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.

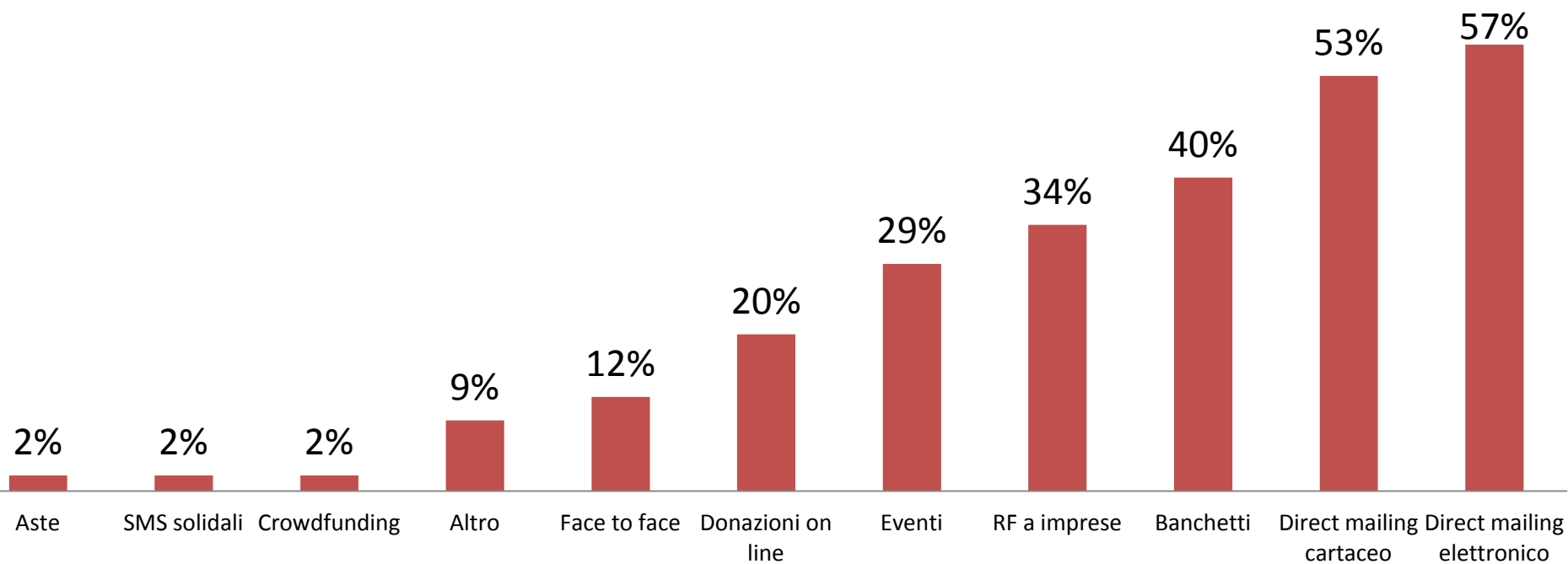
Dopo un incremento a Natale 2010 di 10 punti in percentuale rispetto al 2009, dal 2011 rileviamo che le raccolte fondi natalizie continuano a peggiorare, attestandosi attorno ai valori pre 2010. **Il 2012 registra il valore più basso di Onp che migliorano (22%) nel periodo natalizio**

SINTESI

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

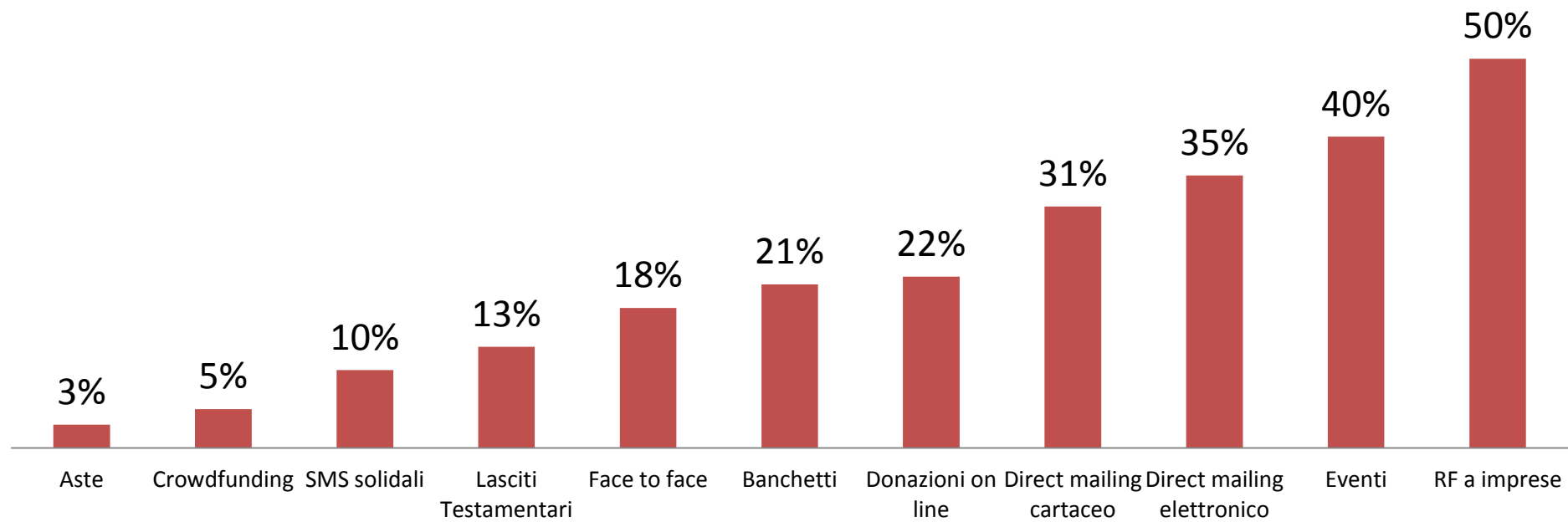
LE MODALITÀ

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

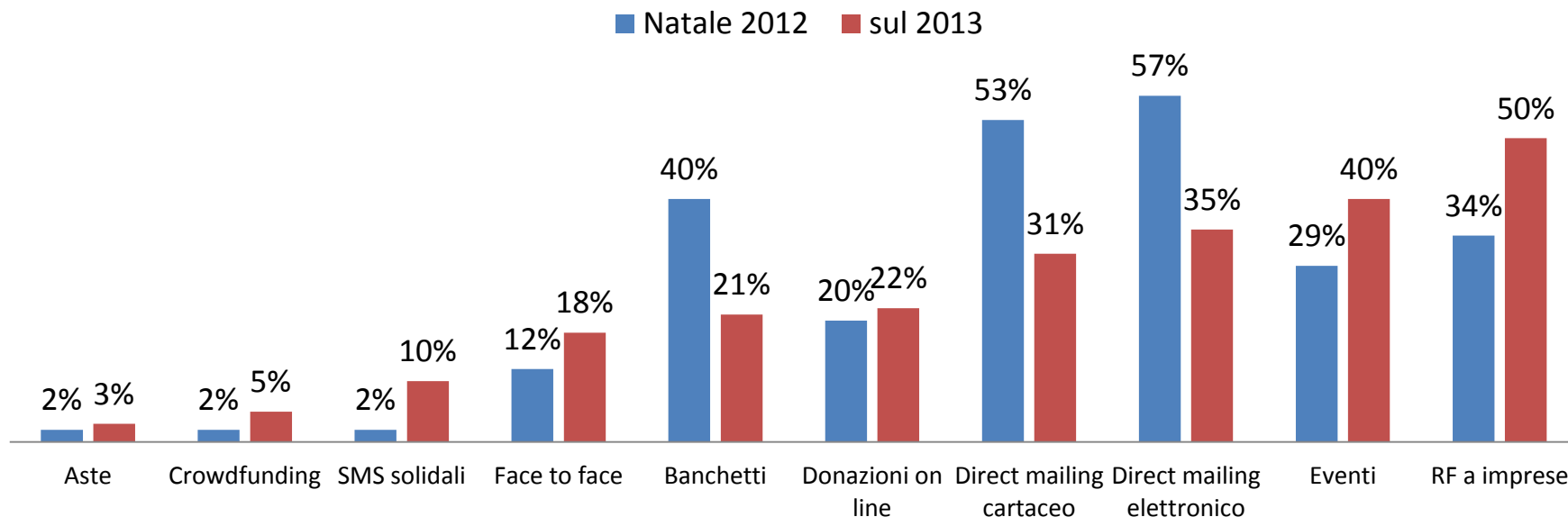
	Gennaio 2010	Gennaio 2011	Gennaio 2012	Febbraio 2013	Dif. 2013-12
Contanti	32	34	34	32	-2
Bollettino postale	48	28	34	39	+5
Telefono /Sms	46	30	33	22	-11
Bonifico bancario	6	13	13	16	+3
Internet (*)	10	8	5	6	+1
Altro	8	9	13	7	-6

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

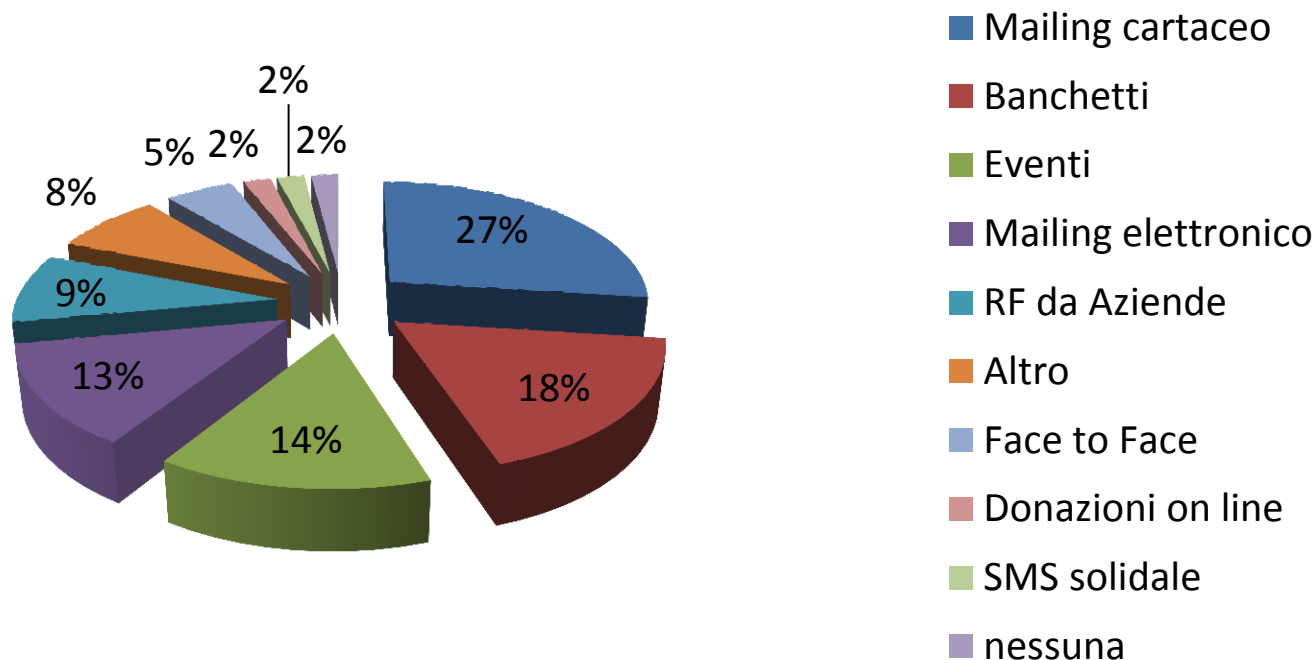


Le ONP scelgono di utilizzare il DM perché più sicuro, ma dichiarano nelle intenzioni di voler puntare maggiormente su strumenti basati sulla relazione:

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.

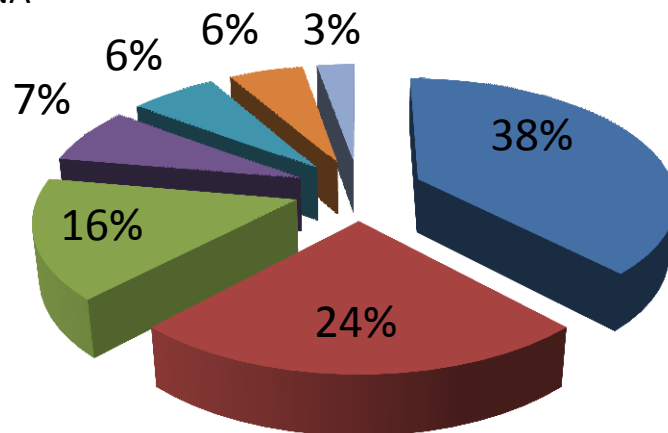
- DM strumento più sicuro
- Intenzione di incentivare la RF da **aziende** ed **eventi**
- Gli strumenti **online** non vengono premiati dai donatori

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.

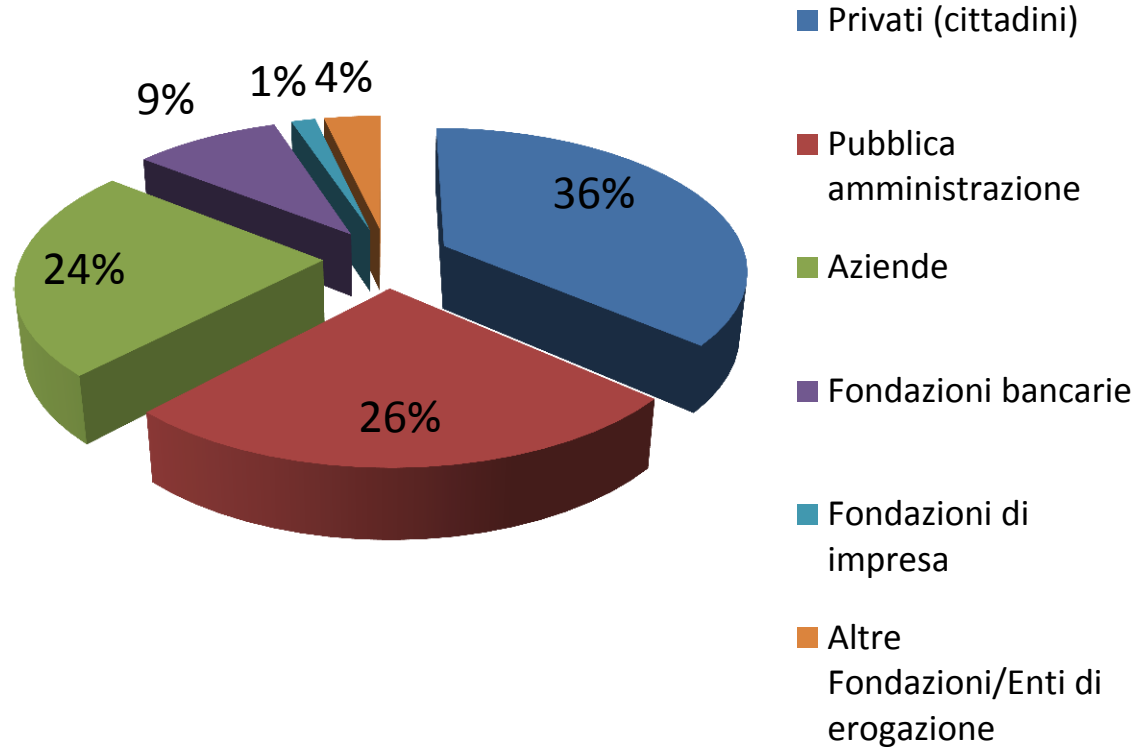
Rapporto annuale IPR Marketing *per il Sole 24 ore*

La fedeltà alle ONP

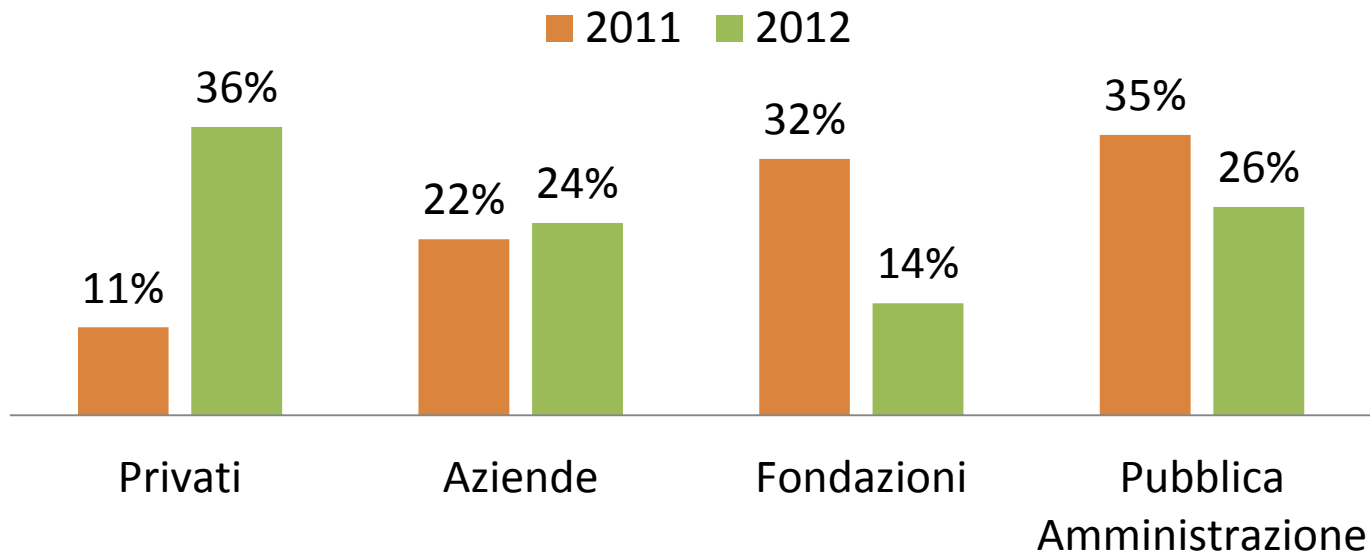


ANALISI DEI TARGET DI DONATORI

Donors meno generosi



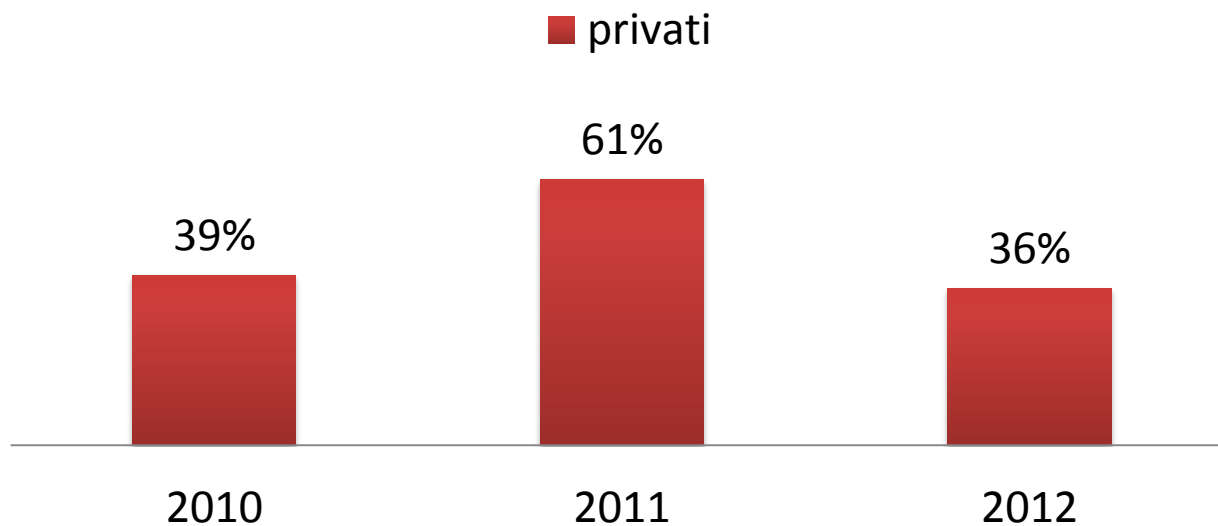
Donors meno generosi



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*

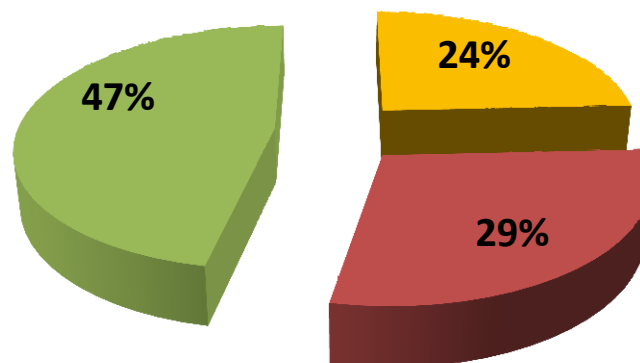
Importi donati

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*

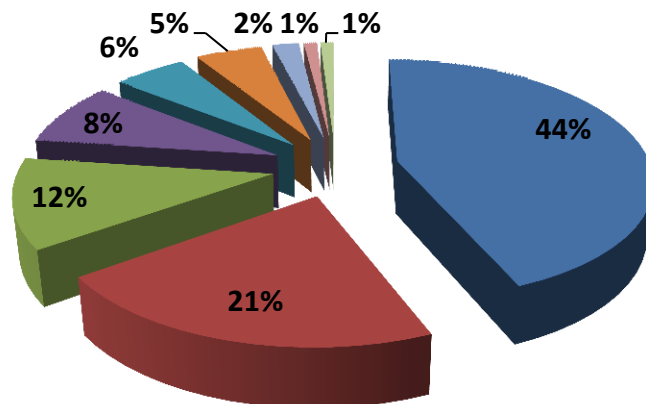
Motivazioni del calo

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
Minore disponibilità economica			
73	76	54	78
Motivi di altro genere			
22	19	44	14
Non sa			
5	5	2	8

Cosa chiede il non profit al nuovo governo



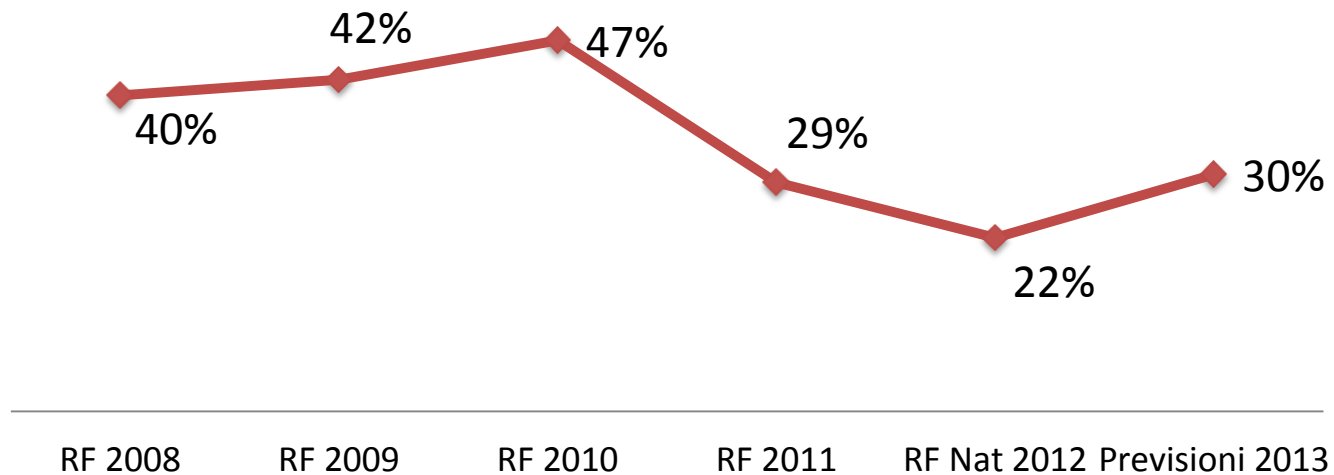
- Stabilizzazione del 5 per mille
- Politiche di detassazione
- Più coinvolgimento nelle politiche di welfare
- Ripristino Agenzia per il terzo settore con potere di Autorità
- Aggiornamento leggi speciali
- Campagna di comunicazione per favorire la corretta conoscenza del settore
- Altro
- Aggiornamento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

ANALISI PER SETTORI

COOP. INTERNAZIONALE

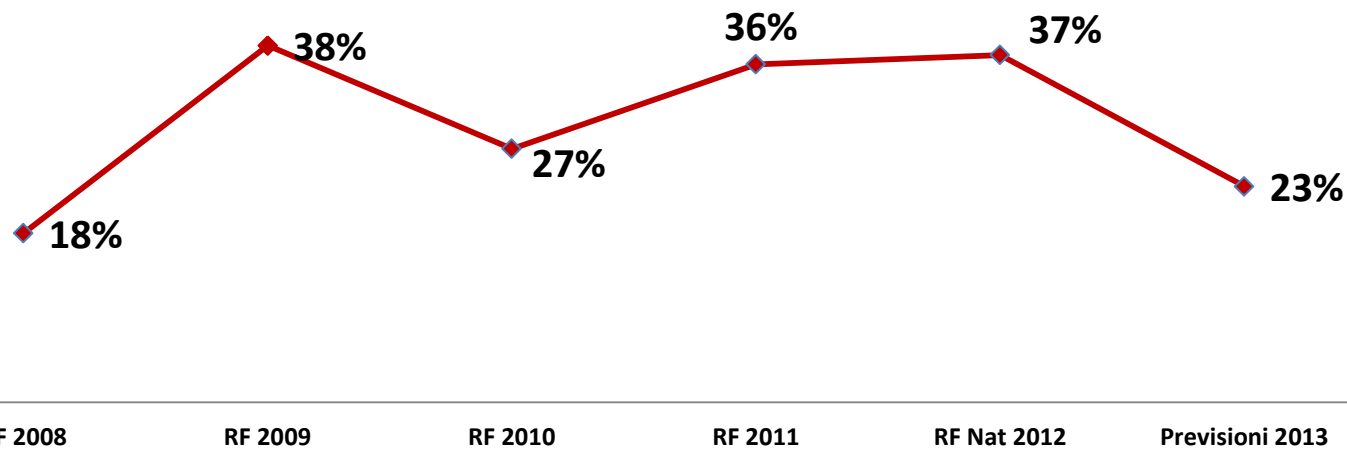
COOP INTERNAZIONALE

Onp che migliorano



COOP INTERNAZIONALE

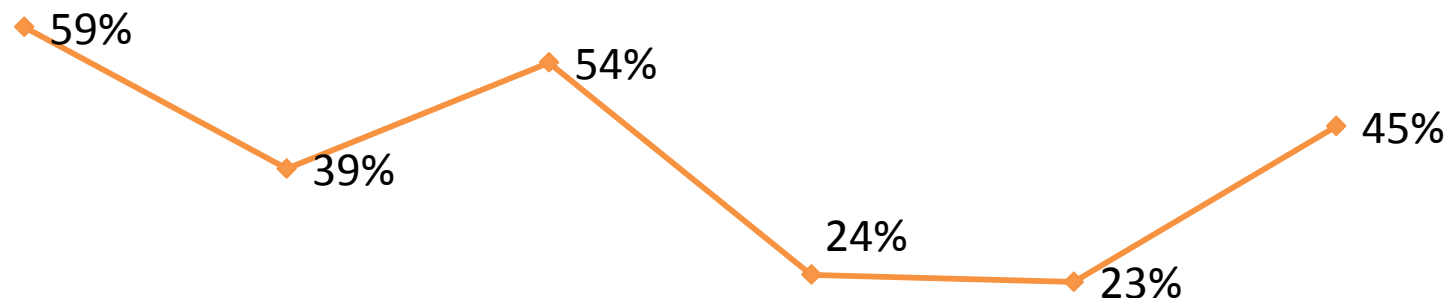
Onp che peggiorano



Tutela della salute e assistenza

Tutela della salute e assistenza

Onp che migliorano



RF 2008

RF 2009

RF 2010

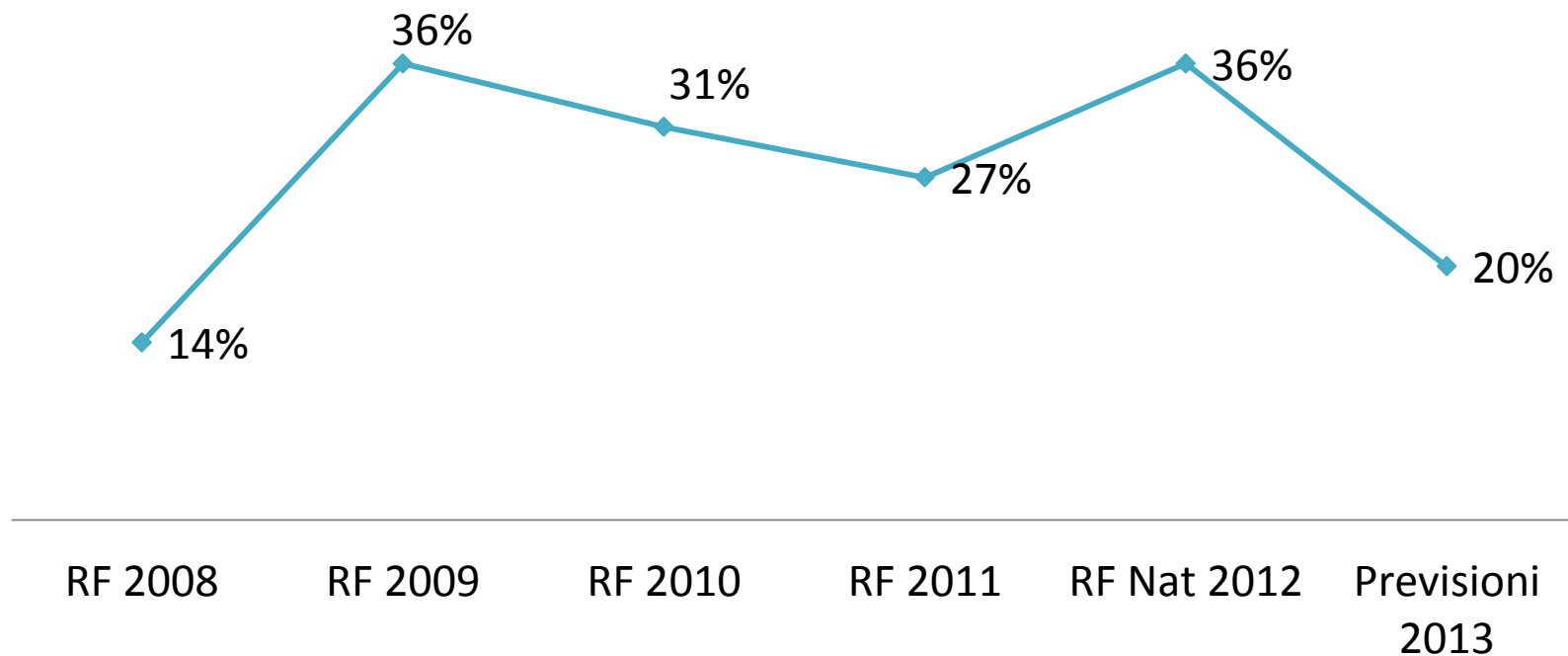
RF 2011

RF Nat 2012

Previsioni
2013

Tutela della salute e assistenza

Onp che peggiorano



Lotta all'emarginazione sociale

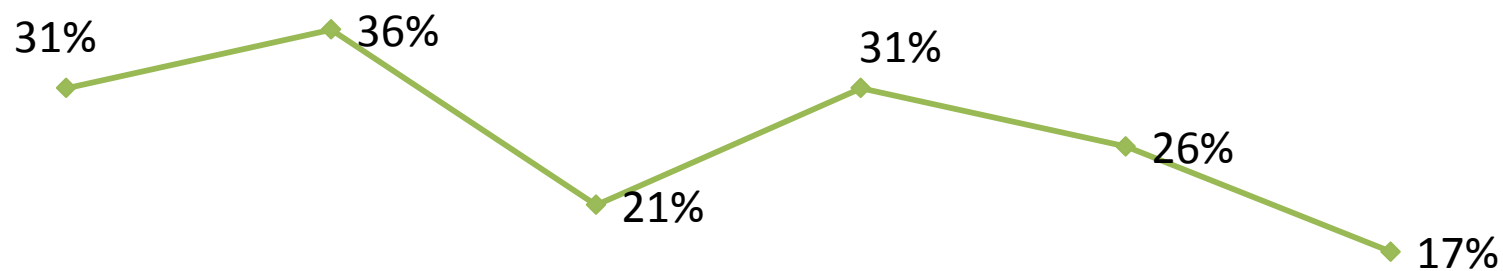
Lotta all'emarginazione sociale

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 2011

A cura di CAF (Chaties 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 (Chaties 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 2011

A cura di CAF (Chaties 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