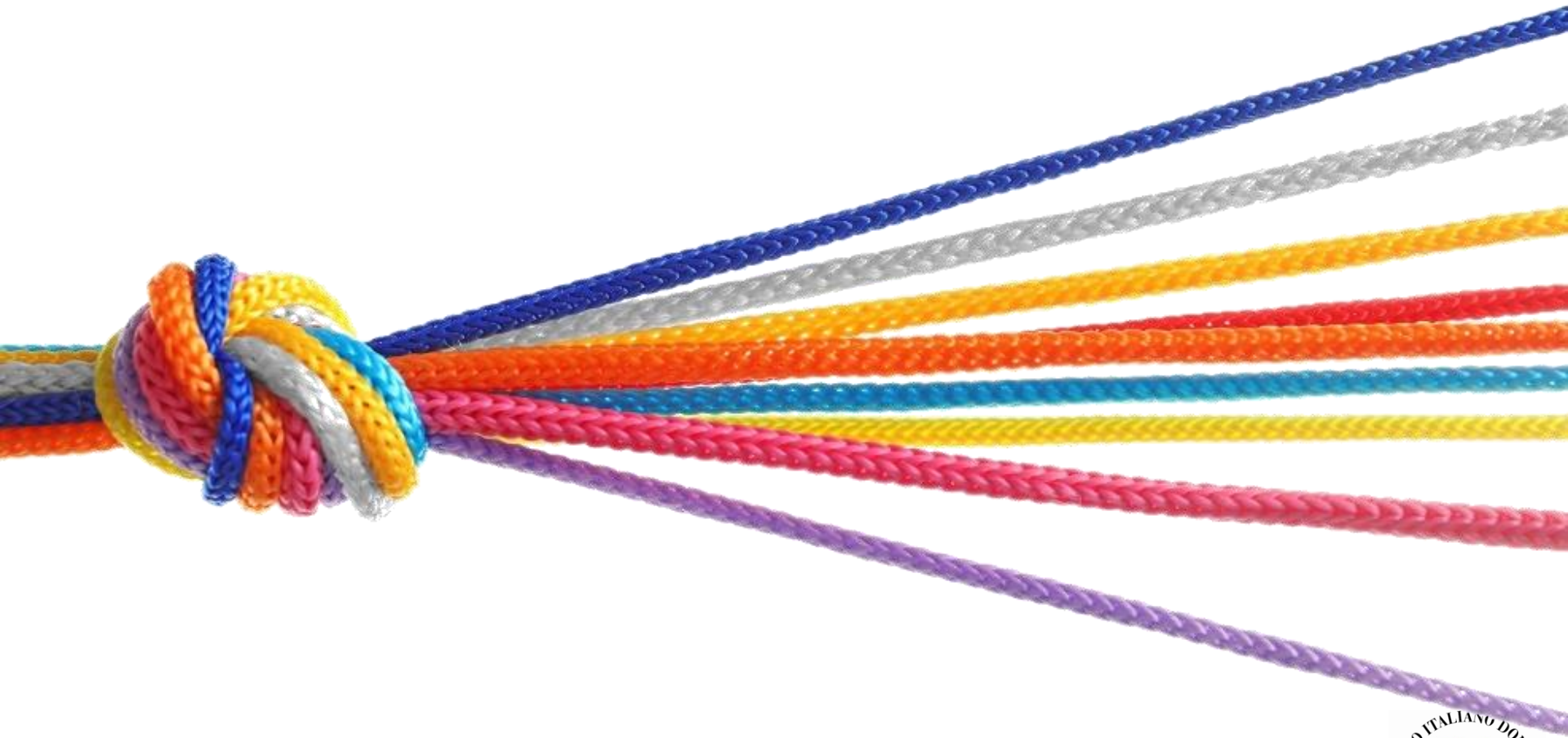


NOI DONIAMO – EDIZIONE 2024



DONARE CON FIDUCIA

OBIETTIVI

Diffondere la **conoscenza** e favorire il **dibattito culturale** sul fenomeno della donazione in senso ampio.

CARATTERISTICHE

Vengono analizzati i dati su tre dimensioni del dono

- donazione economica
- donazione di tempo
- donazione biologica (sangue, organi, tessuti)

L'opera di **sintesi** qui ricercata è intesa come **funzionale** a ricomporre un quadro complessivo del fenomeno donativo in Italia.

FONTI:

Istat;
BVA Doxa;
Walden Lab;
Vita;
IID;
Cantiere Terzo Settore;
Centro Nazionale Sangue (CNS);
Centro Nazionale Trapianti (CNT);;
ASSIF;
Scuola di Fundraising di Roma;
F.i.Do;
Caritas italiana;
FIDAS

OSSERVATORIO SUL DONO: ENTI PATROCINANTI



I CONTRIBUTI DEI PARTNER

Valeria Reda - BVA Doxa:

«Donazioni a ONP, donazioni informali e corporate partnership a cavallo tra il 2023 e il 2024»

Sabrina Stoppiello – Istat

«Le istituzioni non profit e i loro donatori»

Nicola Corti – F.I.Do. - Fondazione Italia per il Dono

«Generosità che genera: come l'intermediazione filantropica apre ad una nuova cultura del dono attraverso la filantropia accessibile»

Francesco Stefanini – Caritas Italiana

«Dal caso Ferragni alla ridefinizione delle raccolte fondi dei privati»

Andrea Romboli – Assif (Associazione Italiana Fundraiser)

«Il donatore: chi è e in che modo viene coinvolto. Il ruolo del fundraiser e quanto è decisiva la relazione»

Massimo Coen Cagli – Scuola di Fundraising di Roma

«La donazione come fenomeno a più dimensioni»

Paolo Anselmi – Walden Lab

«Gli orientamenti degli Italiani sul tema dei lasciti solidali»

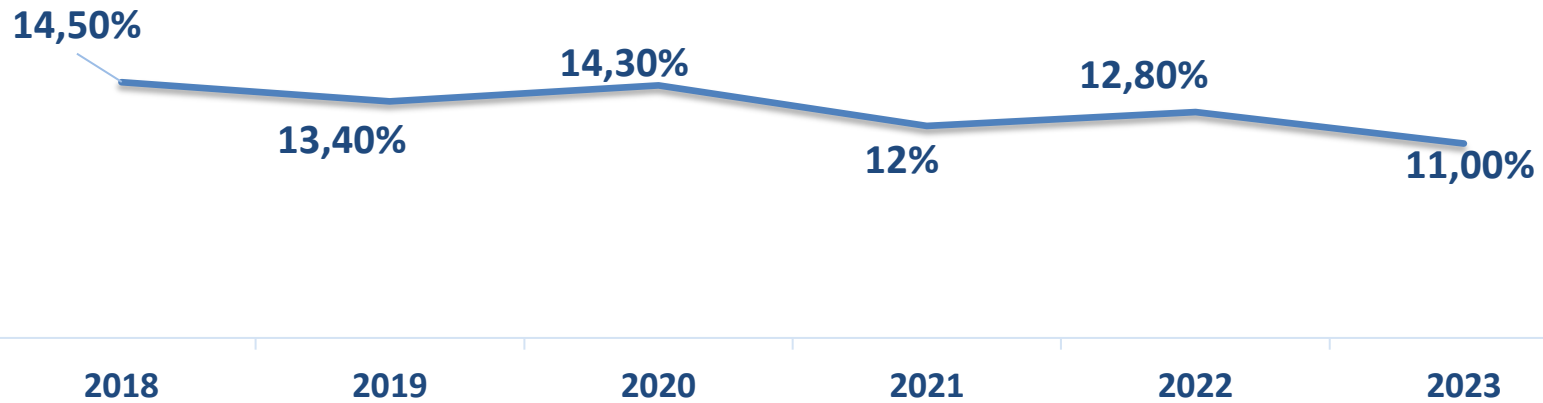
Felice Moscato – Fidas

«Gli aspetti culturali e le propensioni della donazione di sangue e altri componenti»

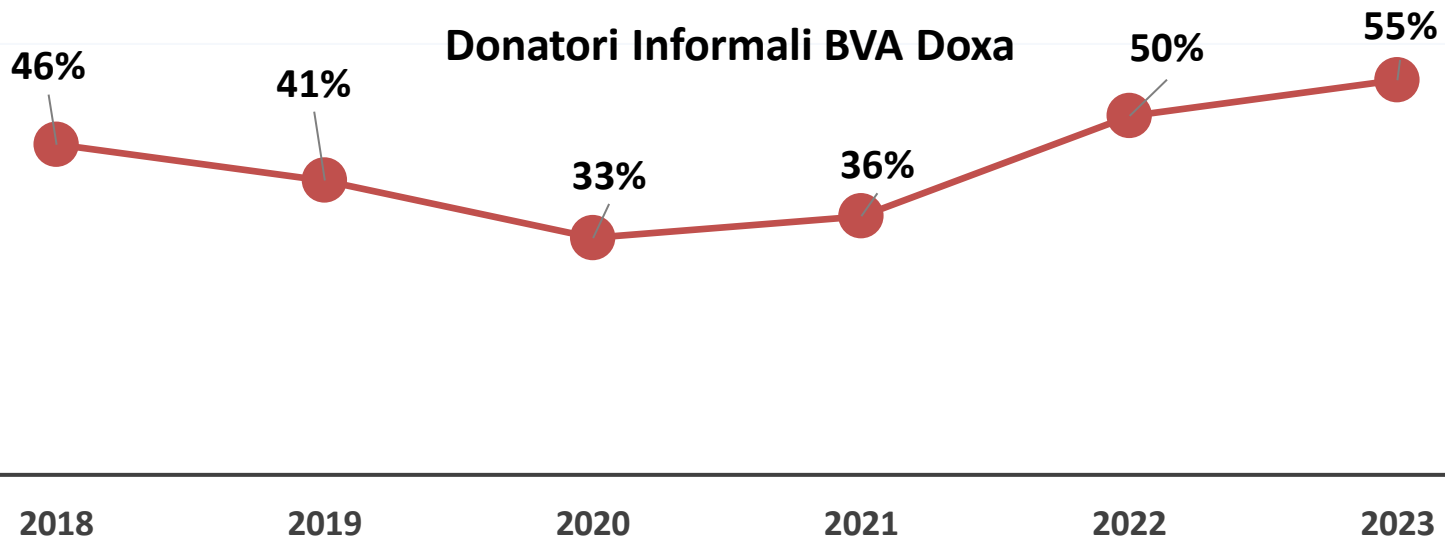


DATI COMPLESSIVI SULLE DONAZIONI: 2018-2023

Dati Istat - AVQ



Donatori Informali BVA Doxa



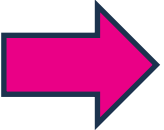
Prendiamo in esame alcuni indicatori del Bes

Istat: “Rapporto Bes 2023: il benessere equo e sostenibile in Italia”

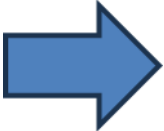
La donazione economica

Legame tra propensione a donare, titolo di studio, età e collocazione geografica

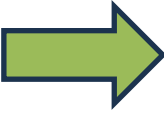
Emerge un impatto positivo del livello di istruzione sulle relazioni sociali e propensione al dono. Tutti gli indicatori mostrano, infatti, i valori più alti sempre tra la popolazione più istruita. In particolare, gli indicatori che si differenziano maggiormente per livello di istruzione sono quelli relativi al **finanziamento delle associazioni e allo svolgimento di attività di volontariato**.



Il **22,8% dei laureati** dichiara di dare **contributi in denaro** alle associazioni: **quattro volte più alta** rispetto a quella riscontrata tra le persone in possesso della licenza media o un titolo di **studio inferiore (5,3%)**.

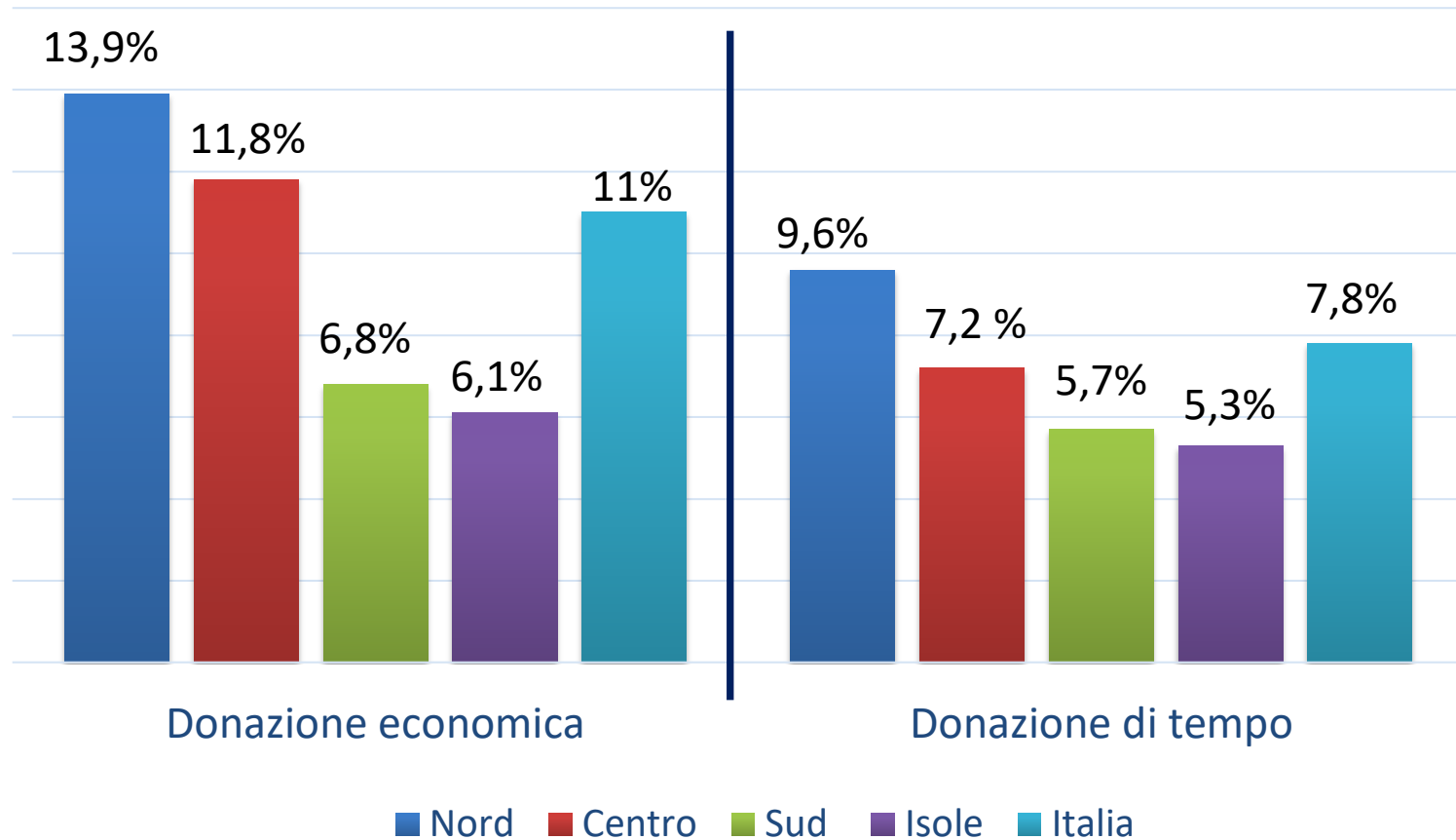


Dare contributi in denaro alle associazioni è un'attività **poco diffusa tra i giovani** (meno del 5% tra i giovani di 14-24 anni) e raggiunge il **massimo** tra le persone di **45-74 anni** (tra il 13% e il 15%).



Nel **Nord-est** la quota di popolazione che dichiara di aver contribuito al finanziamento di associazioni è **più del doppio** di quella che si rileva nel **Mezzogiorno** (14,3% rispetto al 6,6%).

Divario geografico



La “ripresina” delle donazioni prosegue in leggera salita

Istat

Diminuzione dal 12,8% dell'anno precedente **all'11% del 2023**

BVA Doxa

Aumento del **5%** delle donazioni informali

Diminuzione del **4%** dei non donatori (ad associazioni e non) dal **37% al 33%**

Italy Giving Report di Vita magazine

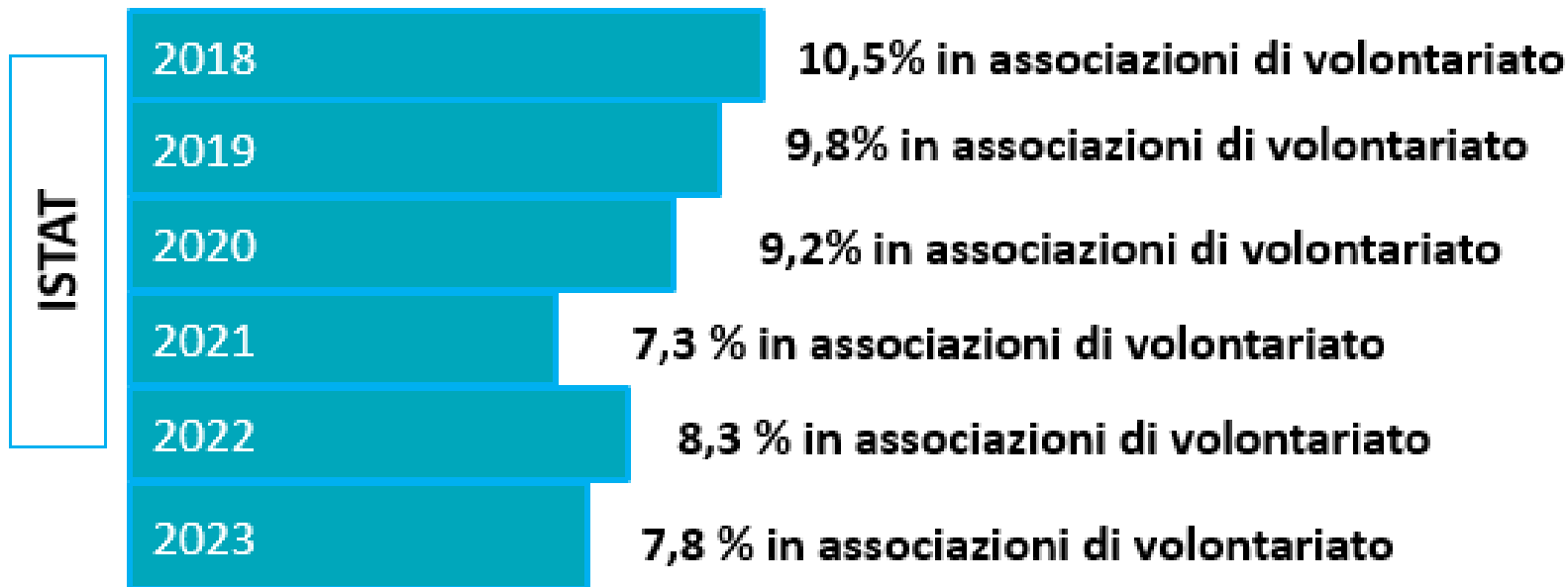
Nel 2021 c'è una lieve **crescita** dello **0,04 %**, dato che indica un timido ma costante aumento dal 2019.

Il quadro complesso richiede un'analisi di più lungo periodo negli anni a venire, con l'obiettivo di tracciare una fotografia più nitida del panorama post covid nel terzo settore.

La donazione di tempo: Volontariato



DATI COMPLESSIVI SUL VOLONTARIATO: 2018-2023



Profilo volontario – genere, titolo di studio e collocazione geografica

Istat (AVQ) certifica che nel 2023 la ripresa dell'attività volontaria ha subito una diminuzione passando **dall'8,3% del 2022 al 7,8% della popolazione.**

Censimento Istat: 2015 erano **5.528.759** - 2021 sono **4.616.914**. La differenza fra i due valori è di 911.845 volontari e il calo fra 2015 e 2021 è pari al 16,5%:

il calo dal 2015 al 2021 di **911.000 italiani.**

I volontari **maschi sono 2,69 milioni** contro **1,92 femmine**, a meno della Lombardia che risulta prima in valore assoluto anche per presenze femminili.

Mettendo insieme Nord-Ovest e Nord-Est, **l'Italia settentrionale arriva a contare circa 2,6 milioni** di volontari, Il **Centro ne conta 1,07 milioni**, ultimo in classifica il **sud, con 0,93 milioni** mettendo insieme Mezzogiorno e Isole.

Una delle variabili più significative resta il **grado di istruzione**: i volontari con **laurea e post-laurea sono il 13,4%**, con **diploma 9%**, in possesso di **licenza di scuola media solo per il 5,3%** e chiudono con il **2,5%** i **volontari con scuola elementare o senza titoli di studio.**

Profilo volontario – età e ambiti preferiti

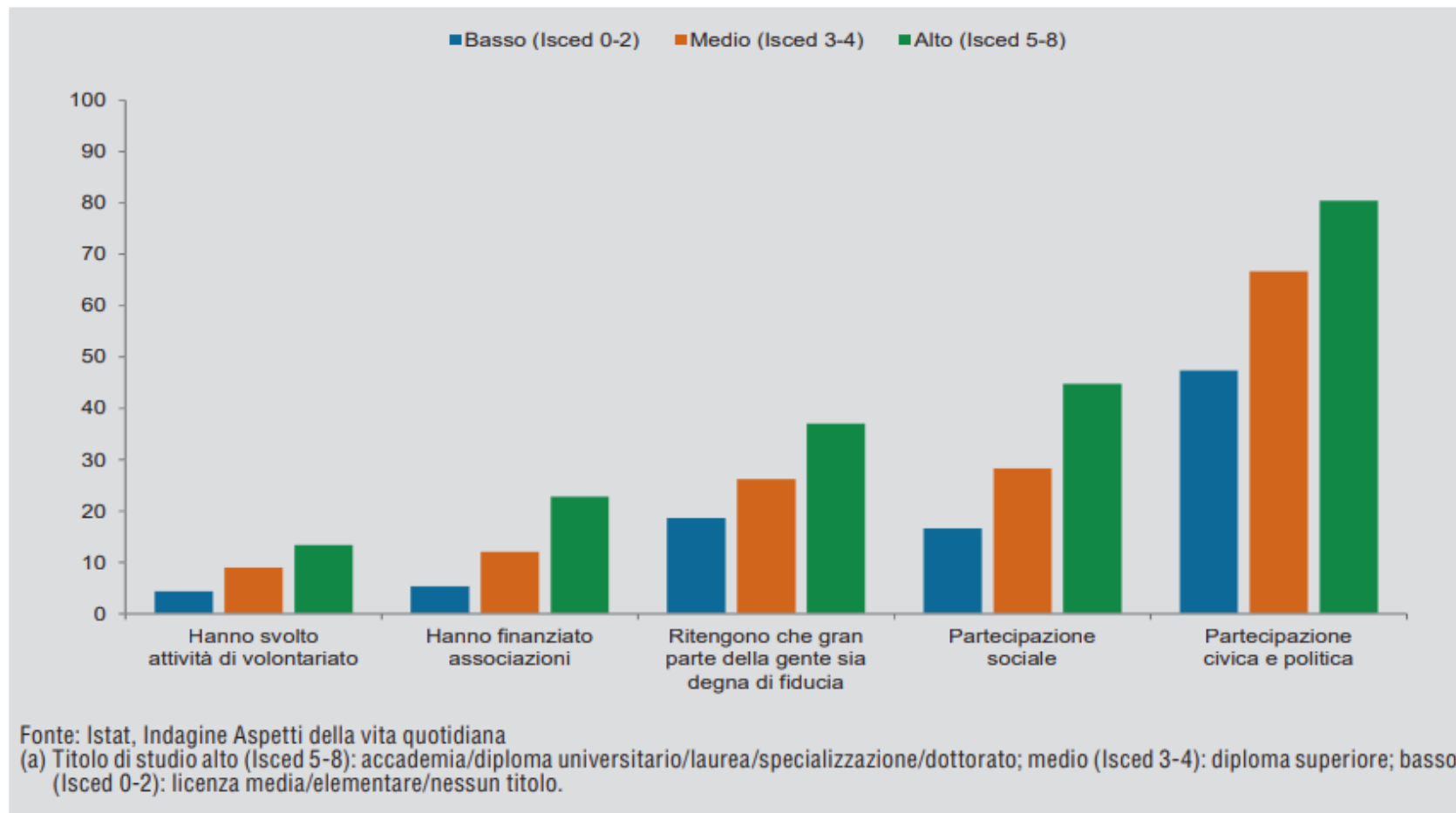
La quota più **alta** delle persone è fra coloro che hanno fra i **45 e i 74 anni**, con il cluster più numeroso tra i **60 e i 64 anni (9,7 %)**.

Un dato interessante in controtendenza con i dati generali è la crescita dei **volontari giovanissimi** nella fascia **14 -17 anni** che passa dal **3,9% del 2021 al 6,4% del 2022 toccando il 6,8% nel 2023**.

Tra gli **ambiti di intervento preferiti**

| | |
|---|----------------|
| 1. Sport | 855.929 |
| 2. attività ricreative socializzazione | 886.138 |
| 3. attività culturali e artistiche | 743.32 |

Figura 6. Alcuni indicatori del dominio Relazioni sociali per titolo di studio (a). Anno 2023. Valori percentuali



Tra i laureati la quota di chi ritiene che gran parte della gente sia degna di fiducia raggiunge il 37,0%, un valore che è quasi 2 volte più alto rispetto a quello riscontrato tra chi ha un titolo di studio basso (18,7%)

DATI SULLE DONAZIONI BIOLOGICHE

Sangue 

1.626.506 2020

1.653.268 2021

1.657.033 2022

1.677.698 2023

Italiani che hanno donato
il sangue almeno una volta

Organi Trapiantati 



4.502

**L'ANDAMENTO DELLE
RACCOLTE FONDI
BILANCI 2023
E PROIEZIONI 2024**

LA METODOLOGIA

Campione: 347 Organizzazioni No Profit (ONP)

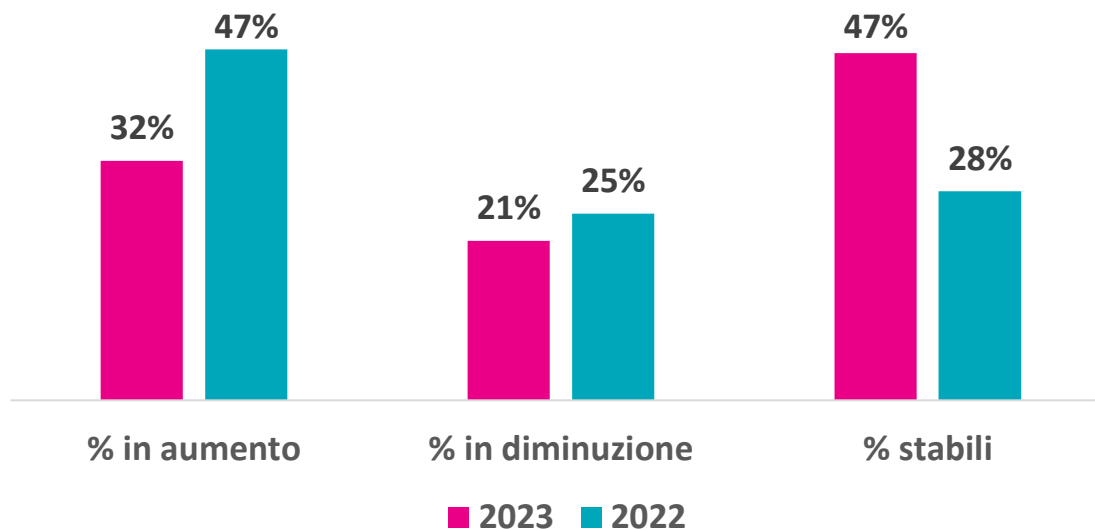


Compilazione questionario di indagine: giugno – luglio 2024



RILEVAZIONI:
Dati bilancio 2023
Stime RF I^ semestre
Aspettative intero 2024

ANDAMENTO RACCOLTE FONDI 2023 VS 2022



Del campione 7,5 delle ONP non fanno raccolta fondi, della restante parte:

diminuiscono del 15% quelle che **migliorano**

diminuiscono del **4%** le ONP che hanno registrato un **peggioramento**

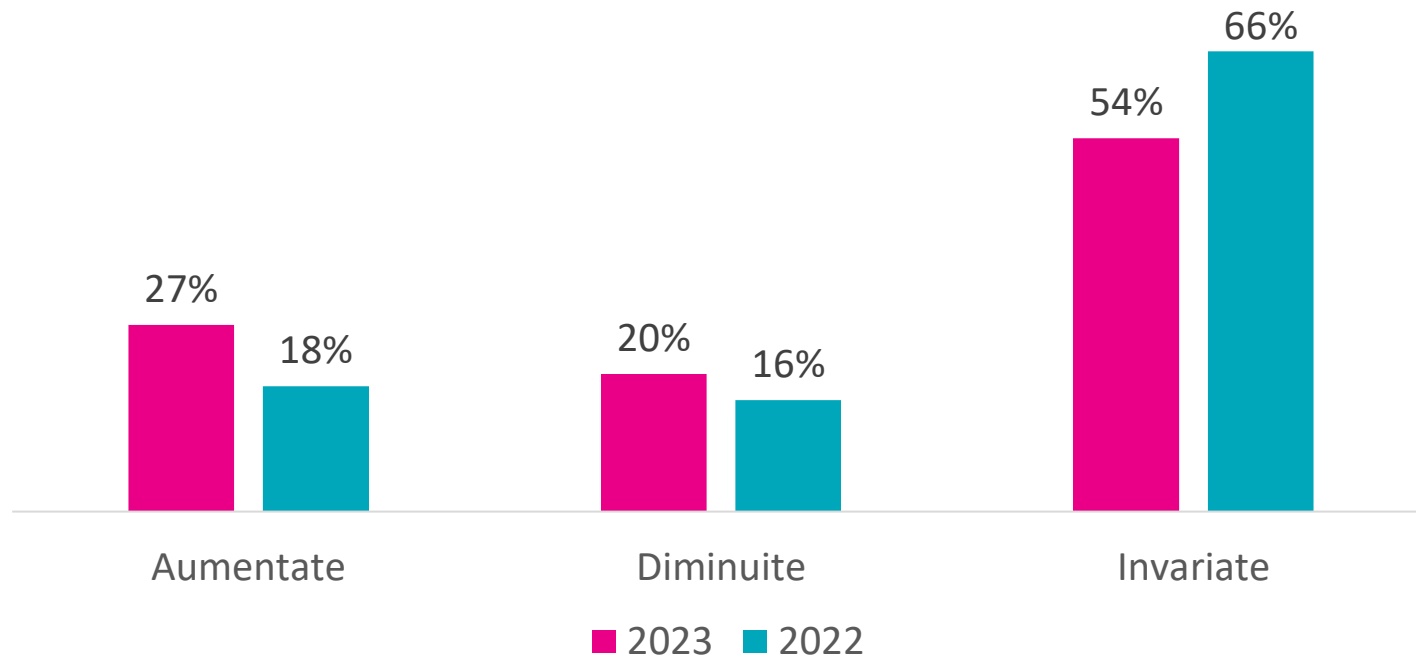
DETTAGLIO RACCOLTA FONTE PRIVATI

Quale è stata la maggior fonte di entrate da individui



La fonte di maggiore entrate si confermano essere le **erogazioni da persone fisiche per il 60%** del campione (67% nel 2022), seguita dal **5x1000 per il 39%** (31% nel 2022) e infine dai **lasciti testamentari** (1% per il 2023 e 2% per il 2022) che continuano a rivelarsi uno strumento di introito ancora marginale.

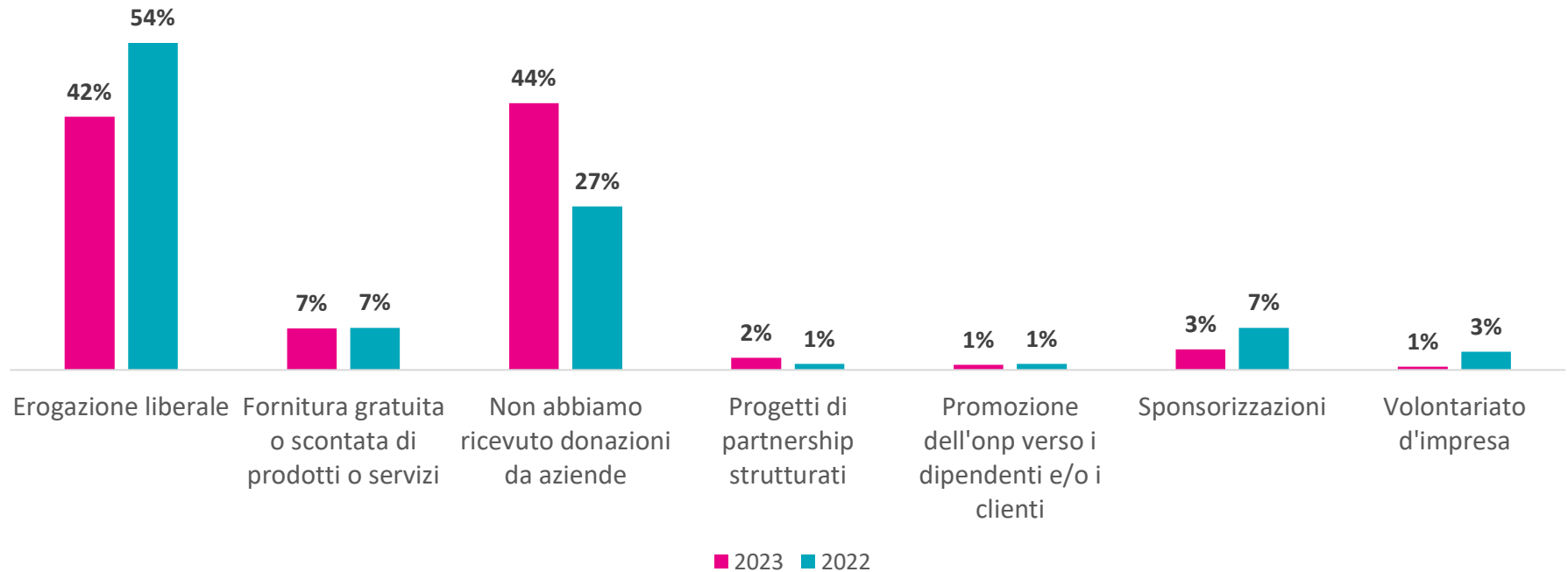
ENTRATE RF – AZIENDE



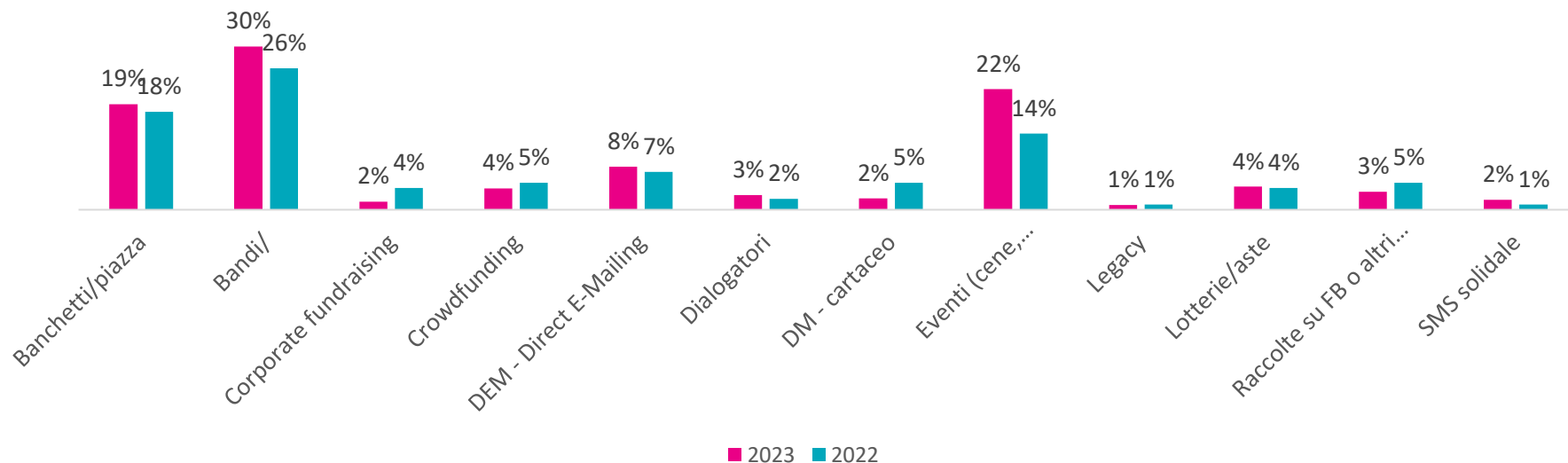
Un dato che merita attenzione riguarda le ONP che **non si rivolgono alle aziende che nel 2023 arriva al 44%** in aumento rispetto al 202.

Per il 56% che invece utilizza questo canale, registriamo che risultano **aumentate per il 27%** del campione (**+ 8 % rispetto all'anno prima**) e **diminuite per il 20%** (**+ 4% rispetto all'anno prima**).

Strumento maggiormente utilizzato dalle aziende



STRUMENTI DI RACCOLTA FONDI - Più efficaci



Aumentano:

Banchetti/eventi in piazza **+1%**;

Eventi **+8%**

Bandi **+4%**;

DEM **+1%**

Social e Dialogatori **+1%**

Stabili:

Lotteria/aste

benefiche **-3%**;

Legacy **-1%**

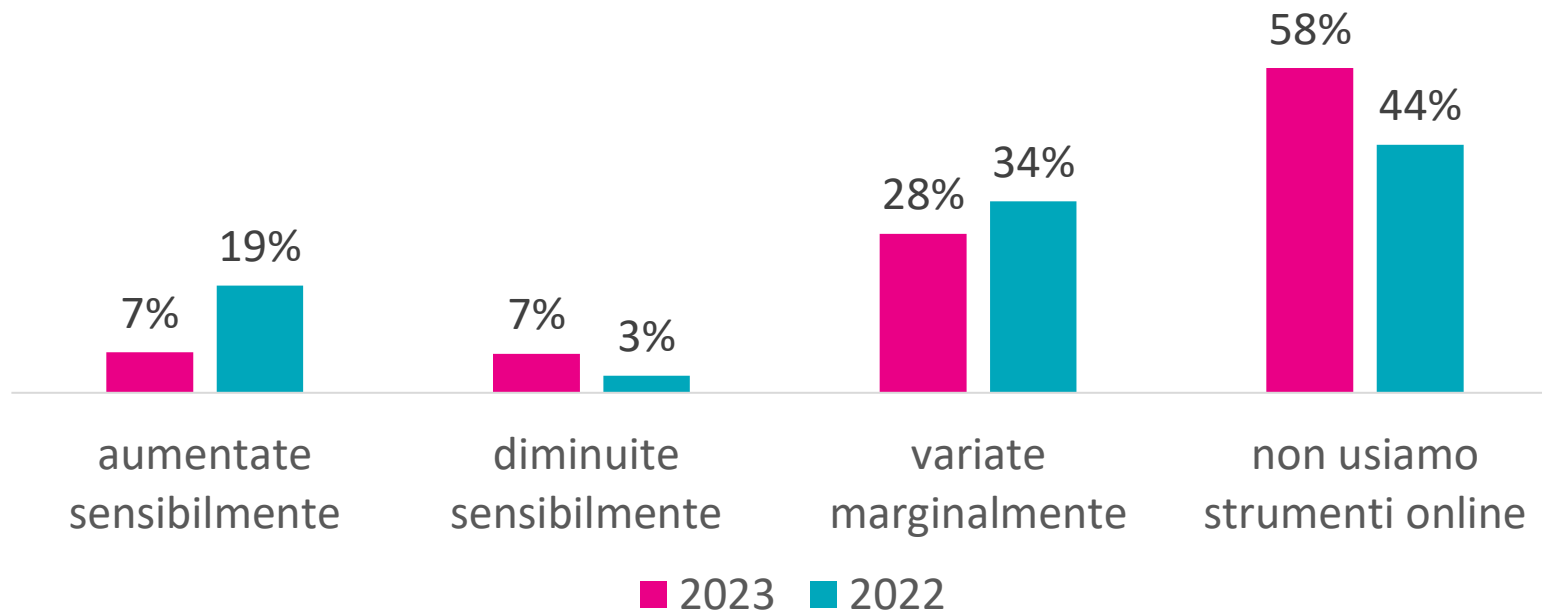
Diminuiscono:

DM **-3%**;

Corporate **-2%**

Crowdfunding **-1%**

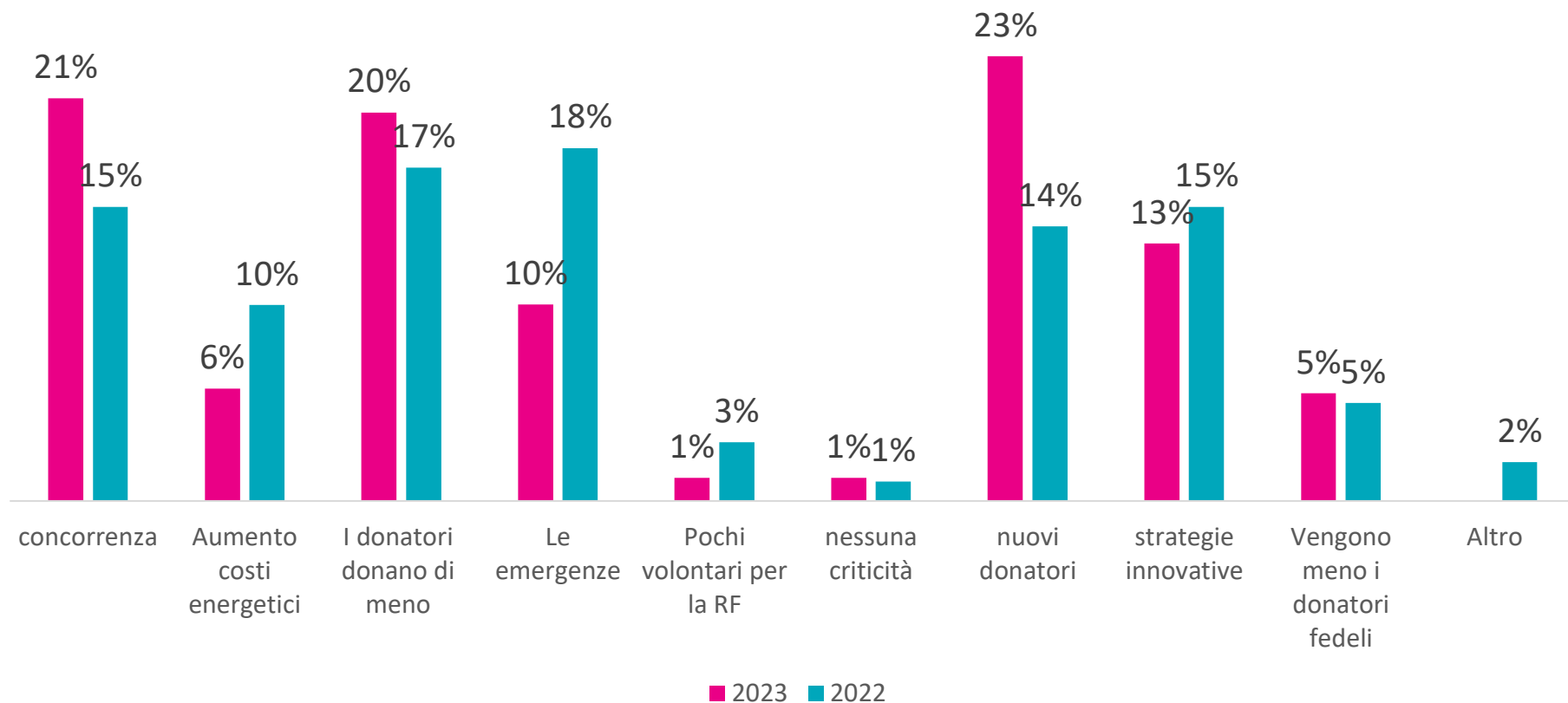
DONAZIONI ONLINE NEL 2023 VS 2022



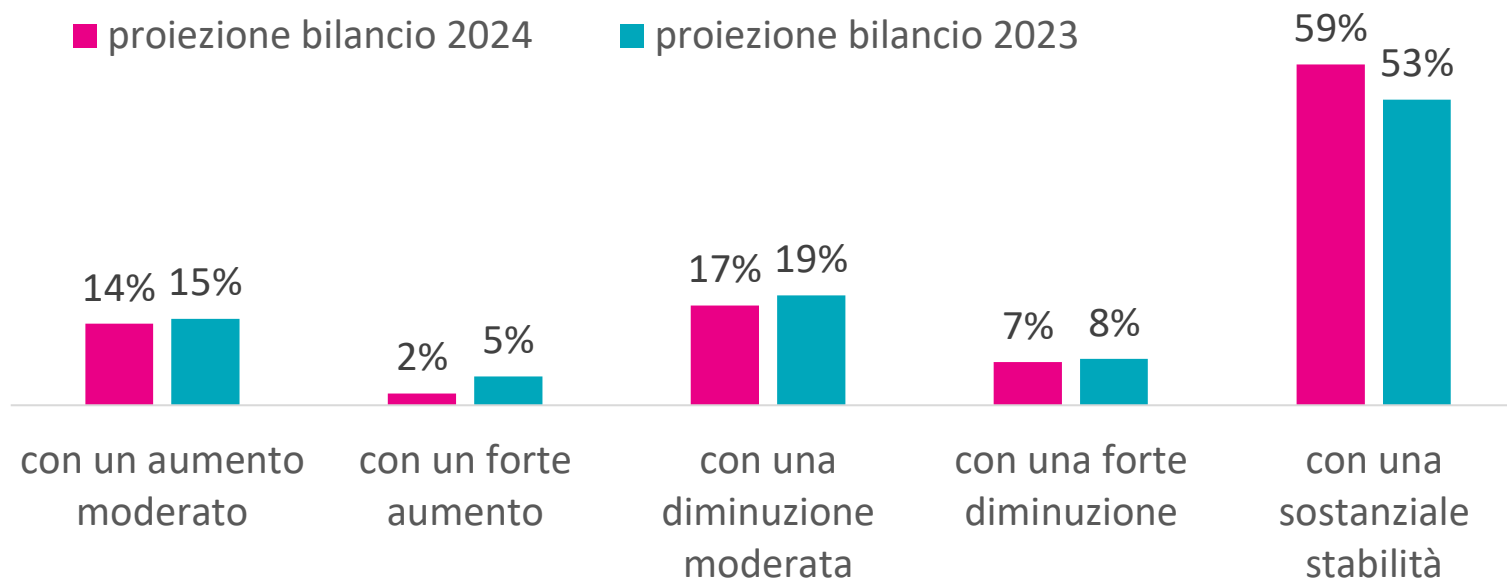
Si registra un rilevante incremento delle ONP che dichiarano di non aver utilizzato strumenti online di raccolta fondi: **il 58% rispetto al 44%** nel 2022.

In aumento: Bonifico (+11%) Carta di credito (+3%) Piattaforma di crowdfunding (+3%) . In diminuzione: PayPal (-9%) Canali Social (-3%)

CRITICITA' DEL 2023 NELLA RACCOLTA FONDI

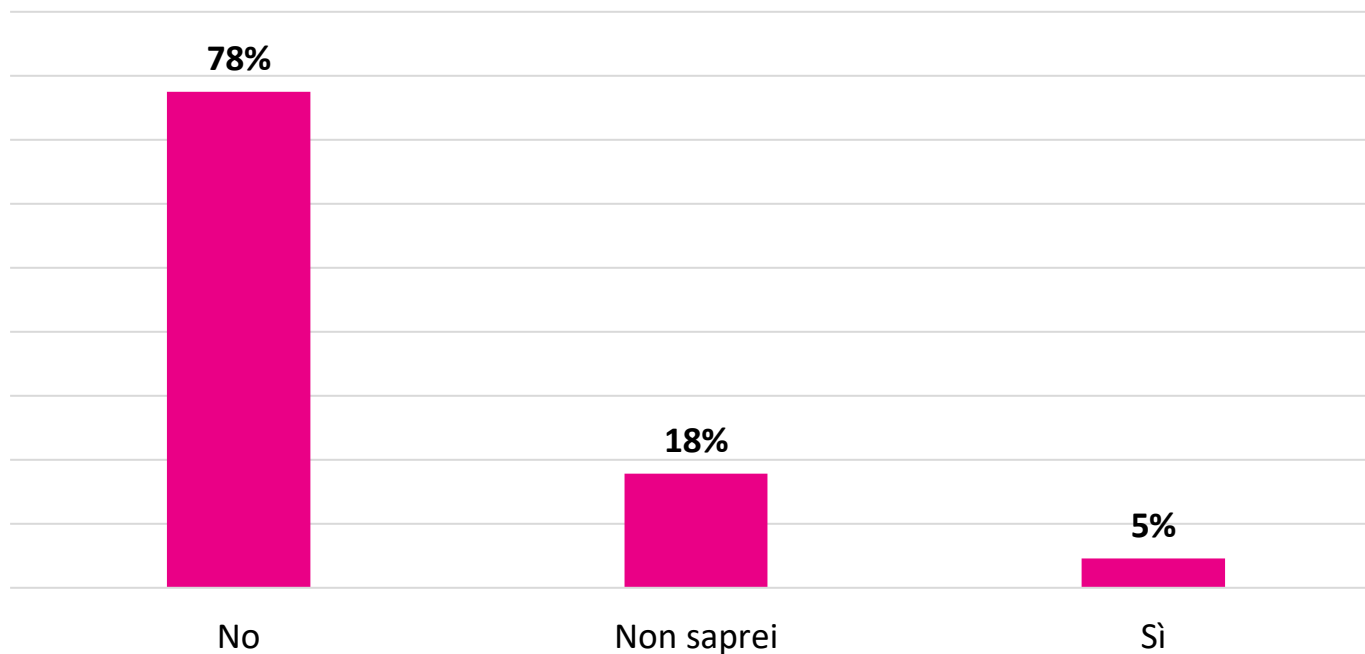


PREVISIONI CHIUSURA ESERCIZIO 2023

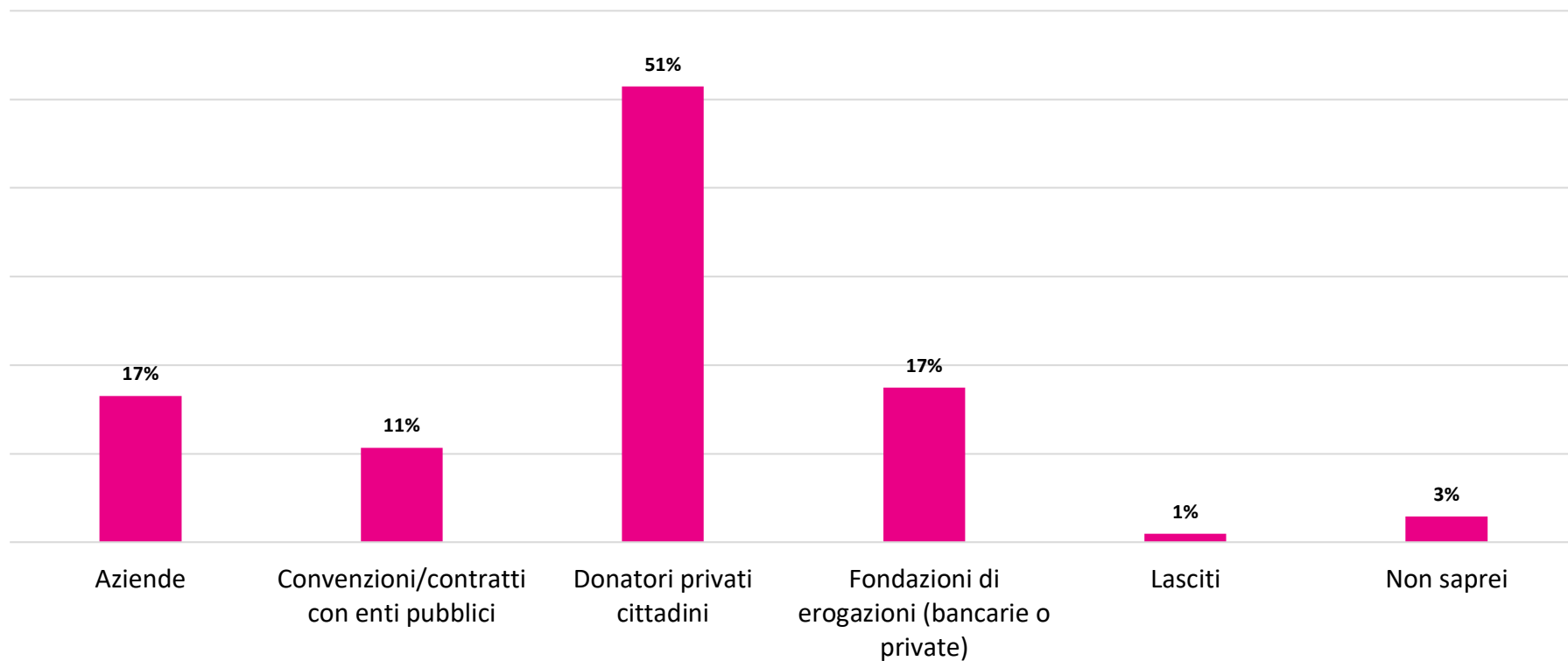


CASO FERRAGNI/PANDORO - GATE

Il caso Ferragni/Pandoro-Gate (dicembre 2023-oggi) ha avuto un impatto sulla vostra raccolta fondi?



Fonte da dove è stato registrato il maggior calo



«Forse i donatori non si sentono più sicuri di far arrivare i loro soldi ai progetti sul territorio »

«Ha influito in minima parte poiché siamo una realtà nota sul territorio e ben visibile per le attività che svolgiamo. Chi ci ha incontrato in eventi di raccolta fondi per la prima volta è sicuramente più attento e diffidente in alcuni casi sull'uso dei fondi»

«Le persone dubitano che i fondi raccolti vadano effettivamente all'associazione e quindi a finanziare i progetti in corso»

«Sfiducia stereotipata e generalizzata»

«Il totale della raccolta, in realtà, non ha subito una grande variazione ma è doveroso segnalare il calo importante da parte dei privati. Non abbiamo riscontrato, invece, una diminuzione da parte delle aziende. Questo ci fa pensare che, laddove si è costruito nel tempo un rapporto di fiducia, il caso Ferragni non ha portato a grandi conseguenze. Sui singoli, invece, con cui non sempre si riesce a mantenere una continuità, la conseguenza si è notata e si nota»

Caso Pandoro Gate

Impatto al momento limitato, sia sui privati che sulle aziende

Il Terzo settore che ha costruito una relazione di fiducia attraverso strumenti di comunicazione trasparente non ha subito contraccolpi

Le aziende vedono come valore aggiunto la collaborazione con il Terzo settore e se il rapporto è costruito nel tempo ed è solido, difficilmente l'azienda ci rinuncia

Il donatore (privato o azienda) davanti agli scandali resta confuso, soprattutto il donatore saltuario e non fedele o chi non ha mai fatto una donazione, come Terzo settore dobbiamo dare gli strumenti ai donatori o potenziali donatori per poter capire che fine fanno le loro risorse, attraverso una comunicazione sempre più chiara e trasparente