



Osservatorio Donazioni 2025

I giovani e il dono

Paolo Anselmi, Walden Lab

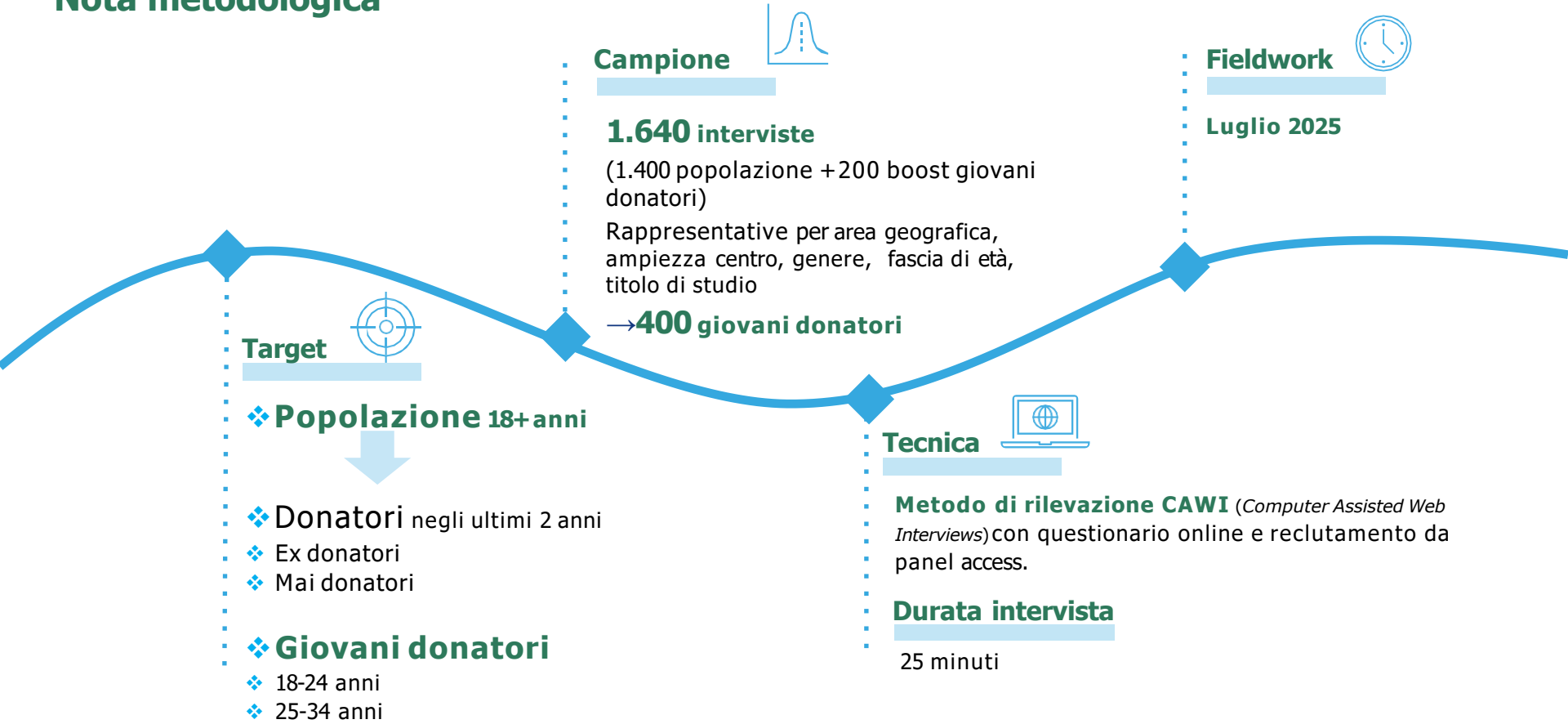
Barbara Martinelli, Eumetra



eumetra

WALDEN : LAB

Nota metodologica



Target



❖ **Popolazione 18+ anni**



- ❖ **Donatori** negli ultimi 2 anni
- ❖ Ex donatori
- ❖ Mai donatori

❖ **Giovani donatori**

- ❖ 18-24 anni
- ❖ 25-34 anni

Campione



1.640 interviste

(1.400 popolazione + 200 boost giovani donatori)

Rappresentative per area geografica, ampiezza centro, genere, fascia di età, titolo di studio

→ **400 giovani donatori**

Tecnica



Metodo di rilevazione CAWI (*Computer Assisted Web Interviews*) con questionario online e reclutamento da panel access.

Durata intervista

25 minuti

Fieldwork



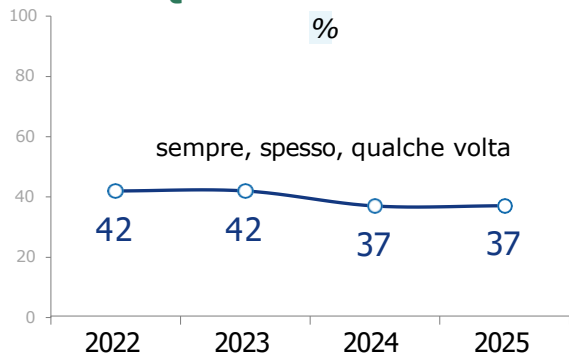
Luglio 2025

I giovani e il dono atteggiamenti e comportamenti

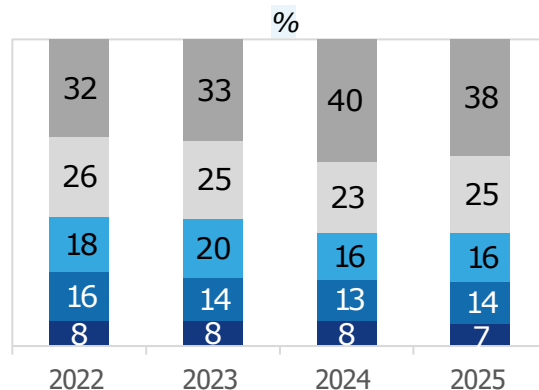


Frequenza di pratica religiosa e di volontariato

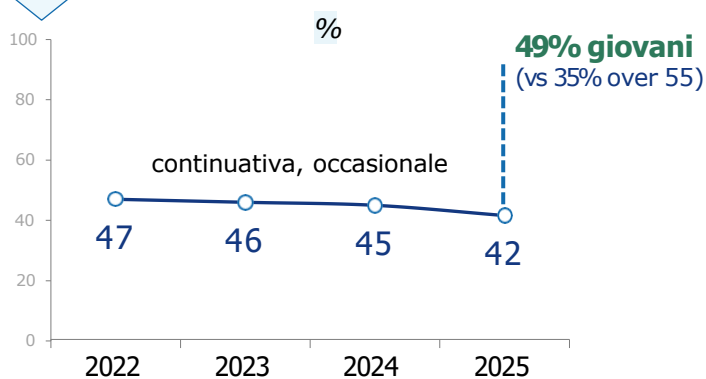
FREQUENZA RITI RELIGIOSI



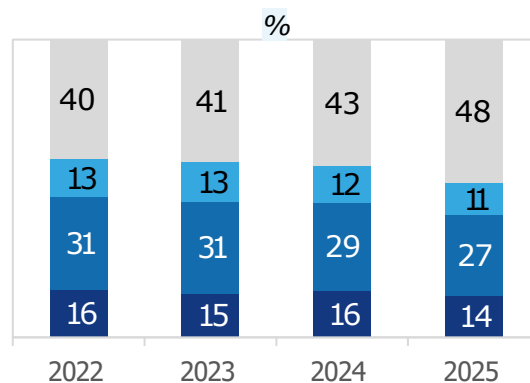
- No, mai
- Molto raramente
- Sì, qualche volta
- Sì, abbastanza spesso
- Sì, sempre



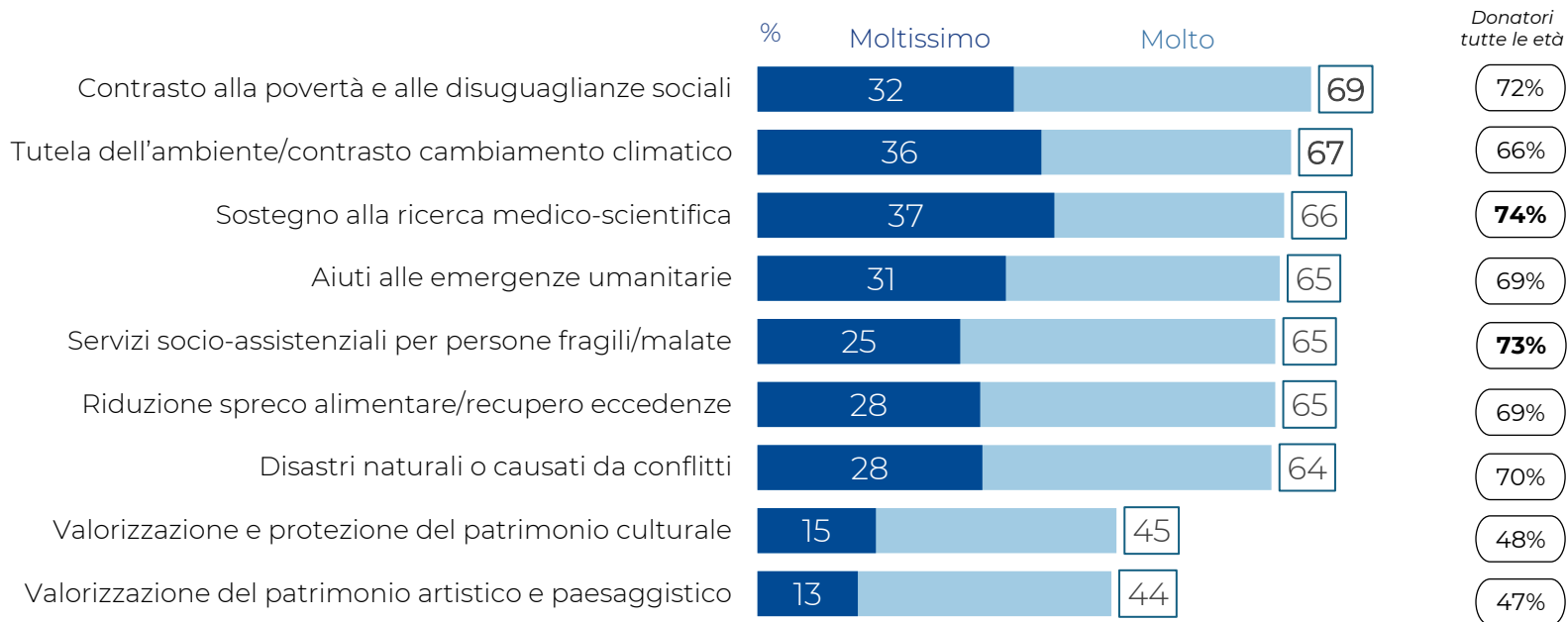
ATTIVITÀ DI VOLONTARIATO



- No
- In passato
- In modo occasionale
- In modo continuativo



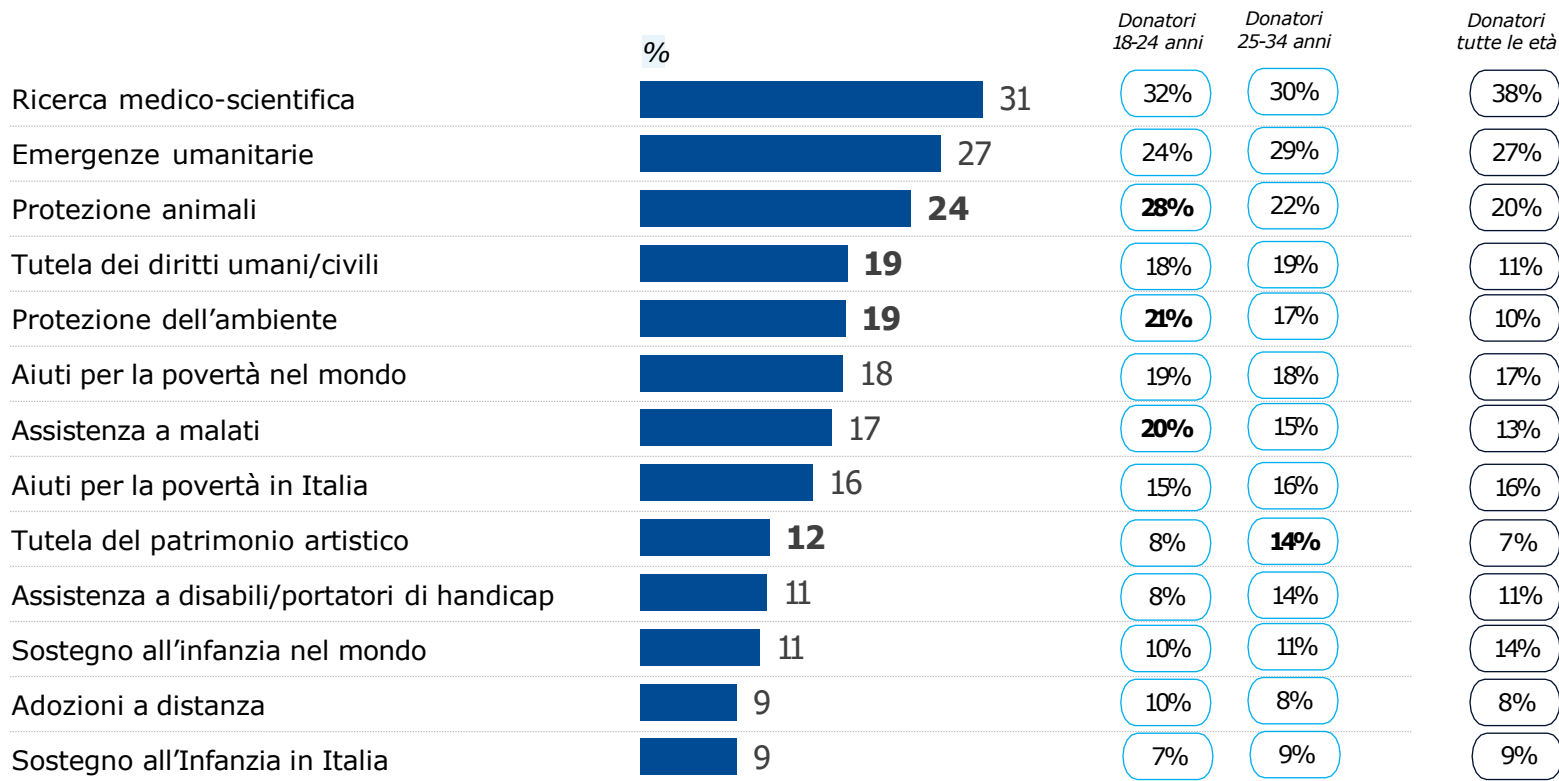
Gli ambiti su cui per i giovani è più urgente intervenire: contrasto alla povertà e tutela dell'ambiente



«Secondo lei, quanto è urgente oggi intervenire nei seguenti ambiti?»

[Donatori 18-34 n=400]

Le cause sostenute dai giovani negli ultimi 2 anni



Indichi per quale o quali di queste cause lei ha fatto una donazione negli ultimi due anni.

[Donatori 18-34 anni n.400]

«Mobilità» più elevata nella scelta delle organizzazioni da sostenere

«In passato, Lei sosteneva le stesse organizzazioni che ha sostenuto in questi ultimi 2 anni?»

Donatori
tutte le età

48%

31%

10%

11%

42

36

8

14

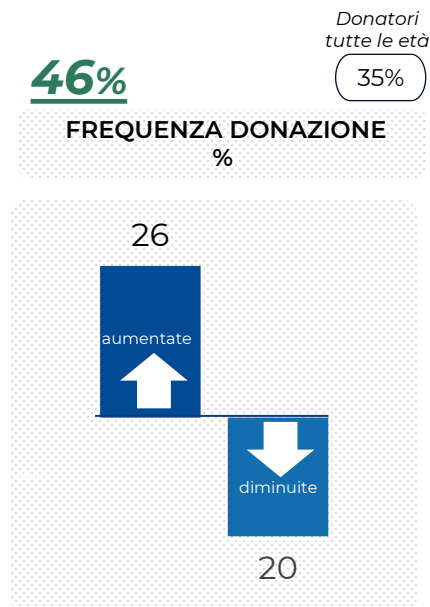
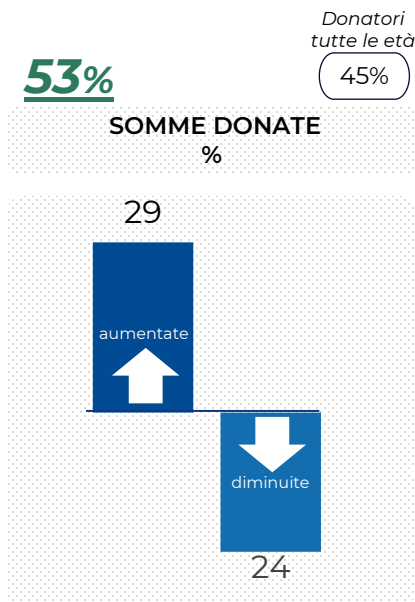
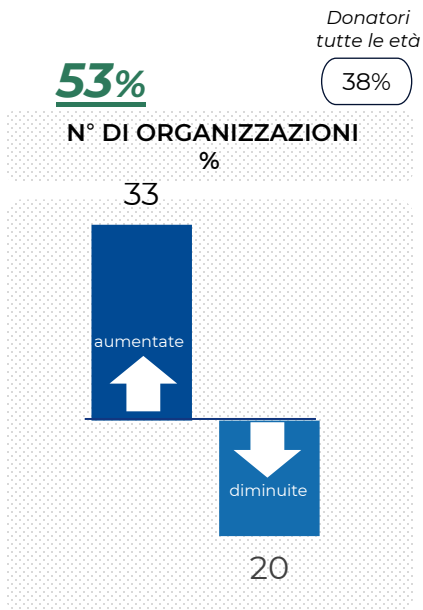
Continuo a sostenere le stesse organizzazioni

Continuo a sostenere alcune organizzazioni, altre sono diverse

Sostengo organizzazioni sempre diverse

In passato non sostenevo alcuna organizzazione

Cambiamenti più frequenti nei comportamenti di donazione



47%

Nessun cambiamento

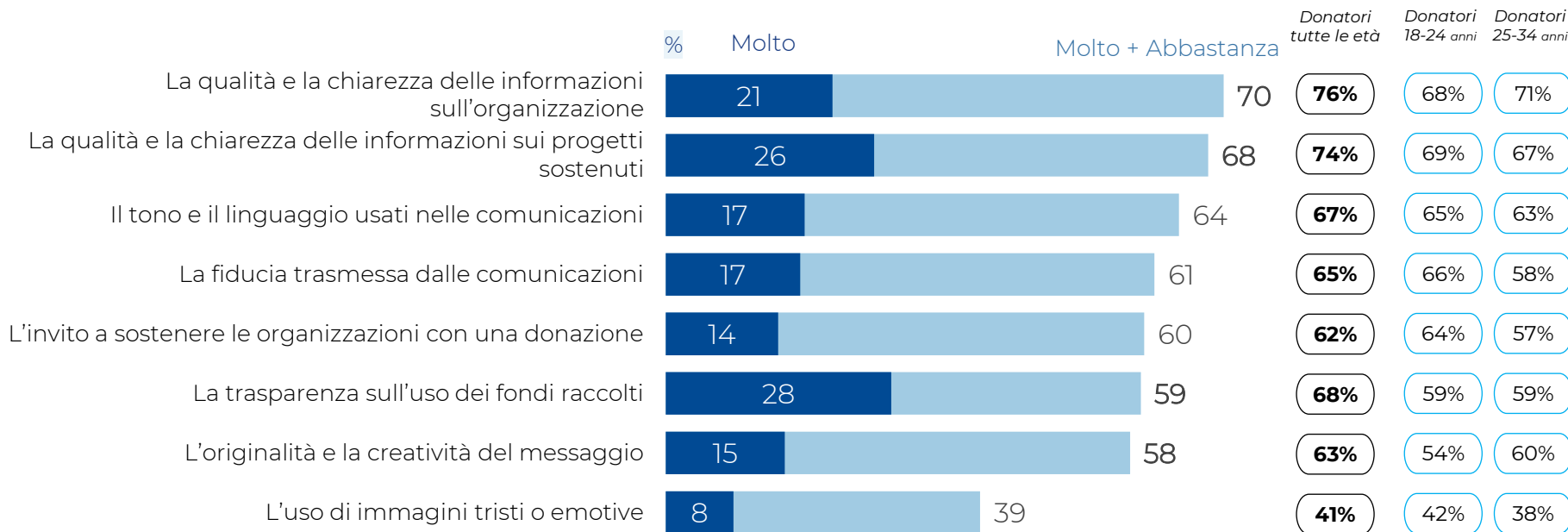
47%

Nessun cambiamento

54%

Nessun cambiamento

Più critici i giovani sulla comunicazione delle ONP in particolare per trasparenza, chiarezza, originalità



In generale, quanto gradisce le comunicazioni che vede riguardo a questi aspetti... ?

Il donor journey dei giovani donatori

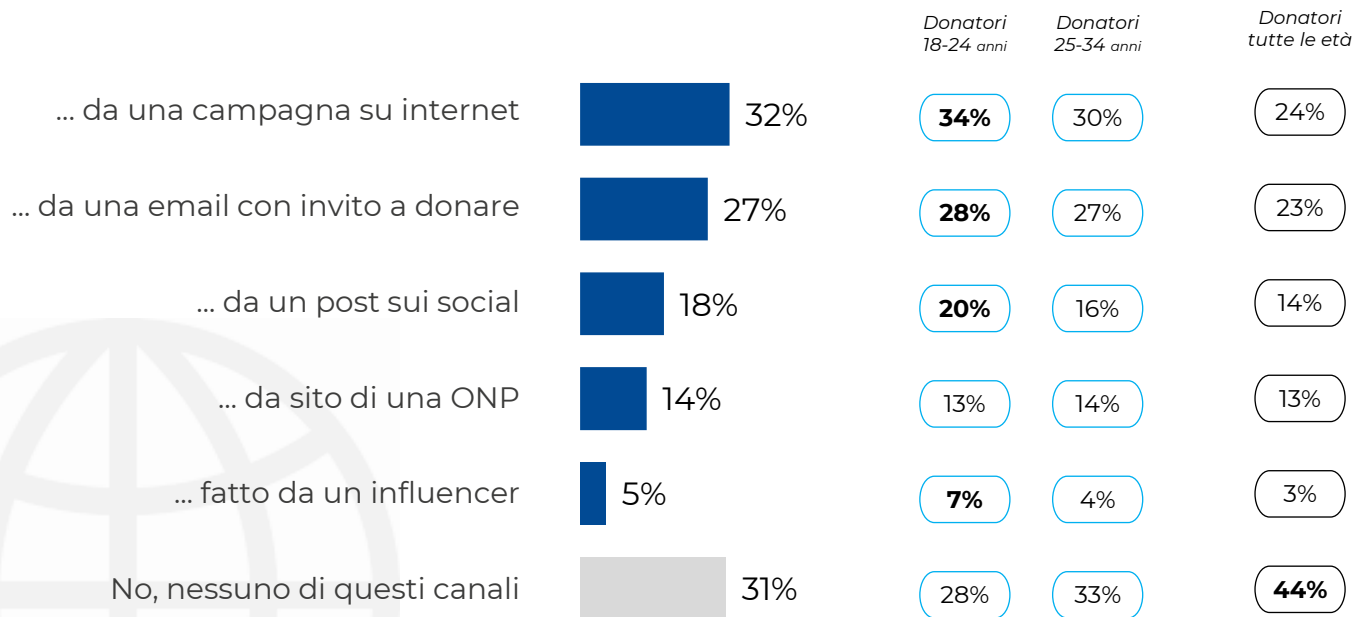


Giovani, cosa ricorda il gesto di donare?



Cosa le ricorda di donare?

Post, email, siti web, influencer sono fondamentali per raggiungere e motivare i giovani a donare



«Le è capitato di rispondere ad un appello di raccolta fondi?»

Il digitale, prima scelta anche per donare



29%



26%



24%



38%^{net}

22%



20%



16%



14%



10%



9%



2%



Canali di pagamento digitali

Bonifico bancario

Carta di credito

Acquistando prodotti

Denaro contante

SMS

Opzione per donazioni cassa negozio in fase di acquisto

Bollettino di conto corrente postale

Addebito periodico automatico su cc

Cripto Valuta

(PayPal, Stripe e Satispay..)

Donatori tutte le età

22%

28%

20%

22%

20%

12%

11%

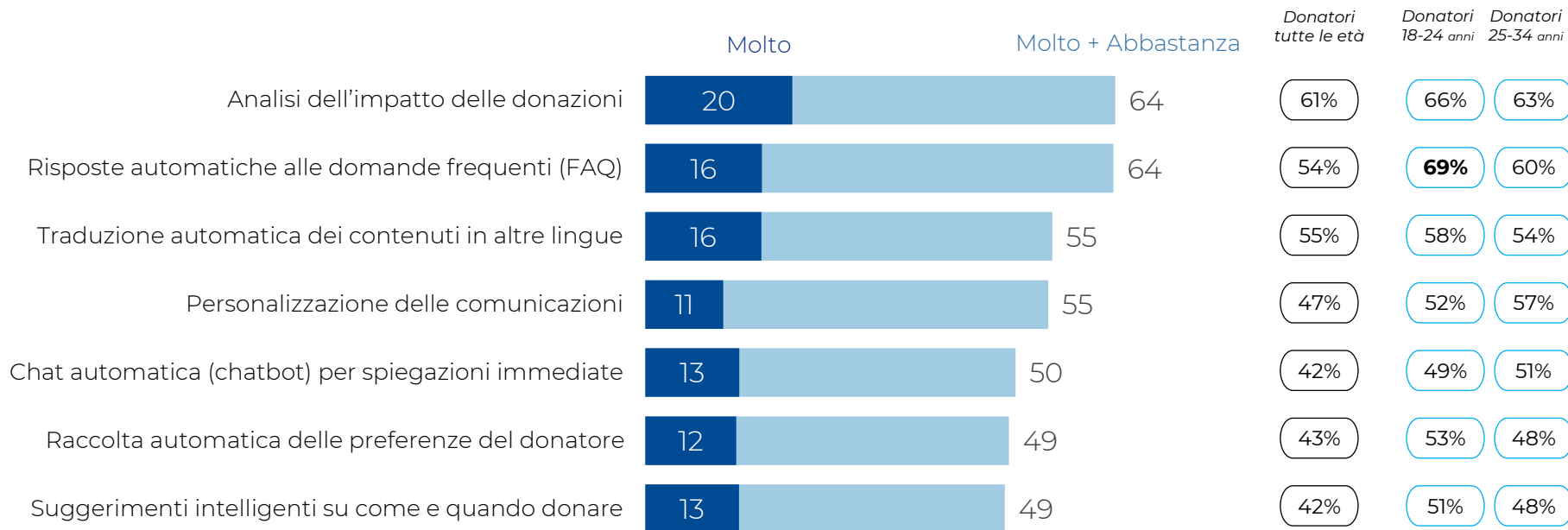
16%

12%

1%

Quali strumenti di pagamento utilizza abitualmente per donare alle organizzazioni non profit?

L'IA: una nuova alleata per il non profit



Quanto troverebbe utile o gradita l'applicazione dell'intelligenza artificiale nel campo delle donazioni e della comunicazione da parte delle organizzazioni non profit?