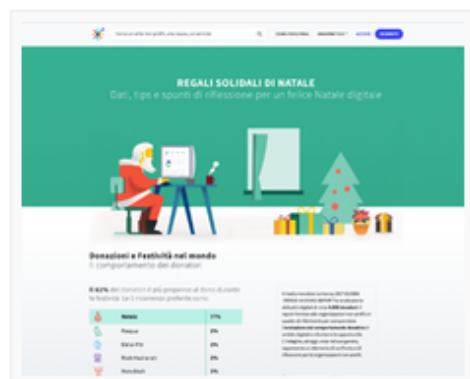


01 dicembre 2017

Italia non Profit - la dimensione Digitale del Natale: un territorio ancora da conquistare

Categoria: Comunicazione online, siti e concorsi web



Sei alla ricerca regalo solidale che fa per te ma non sai dove cercare? Da oggi sulla piattaforma di Italia non Profit è possibile trovare e confrontare tutte le organizzazioni che hanno attivato uno shop online solidale e che offrono prodotti e doni natalizi con un link diretto ai loro e-commerce.

Italia non profit ha elaborato alcuni dati che fotografano i comportamenti online dei consumatori e dei donatori e mappato le scelte digitali delle organizzazioni non profit che a Natale attivano campagne dedicate ai regali solidali e non solo.

Delle 922 organizzazioni distribuite sul territorio nazionale ed eterogenee per causa sociale e forma giuridica che si sono iscritte alla piattaforma e hanno iniziato a rendere i propri dati trasparenti, Italia non profit ha scelto di osservare un campione di 311 enti che ha inserito informazioni sufficienti per superare una soglia rilevante in

termini accountability. Delle 266 organizzazioni che fra queste possiede un sito istituzionale (86% del campione), solo 1 su 4 ha almeno una pagina dedicata alla campagna natalizia: si va da una vetrina di prodotti solidali, a veri e propri e-commerce natalizi.

Se si amplia il campione di analisi e si osservano le homepage delle prime 500 organizzazioni beneficiarie del 5X1000, ordinate per contributo, si scopre che il 25% presenta un riferimento diretto alla possibilità di effettuare regali (solidali), e il 37,5% ha un richiamo specifico al Natale.

"Questi numeri rivelano un potenziale ancora tutto da esplorare per quanto riguarda il tema delle donazioni e dei regali solidali compiuti online nel periodo natalizio", dichiara Giulia Frangione fondatrice di Italia non profit.

Secondo i dati 2017 Global Trends in Giving Report la propensione al dono aumenta in corrispondenza del Natale: il 61% dei donatori preferisce donare durante le festività e di questi il 77% sceglie proprio il periodo natalizio per farlo.

"Per le organizzazioni il periodo natalizio offre grandi opportunità e sfide significative, che hanno un filo conduttore: avvicinarsi ai bisogni degli utenti senza perdere di vista la propria identità. Capire i momenti più propizi, capire i linguaggi, prevedere gli impatti può fare la differenza per la maggior parte delle organizzazioni alle prese con la trasformazione digitale. I motori di ricerca, le piattaforme, i social creano connessioni tra l'ente e i donatori che allargano la prospettiva e le opportunità di raccolta fondi; collegano gli enti con i propri beneficiari creando nuovi luoghi nei quali realizzare la propria missione. E il Natale può rappresentare il momento ideale per un percorso verso una maggiore integrazione fra strategie online e offline. Lo studio dei bisogni e delle opportunità è, grazie al digitale, più facile" - conclude Frangione.