

Innovazione e Fundraising: PayPal e il Digital Transformation Day

Le ultime iniziative e i dati che confermano il ruolo di PayPal come facilitatore chiave per le donazioni digitali nel mondo

Milano, Italia – PayPal supporta il Digital Transformation Day, una giornata sulla digitalizzazione del Fundraising per comprendere, innovare e condividere la raccolta fondi, nonché riflettere sulle sfide che il settore affronterà nello scenario complesso che si è delineato negli ultimi mesi. L'evento, organizzato da iRaiser, si terrà il 4 novembre e conferma il ruolo di PayPal come facilitatore di riferimento per le donazioni digitali.

In un mondo che cambia velocemente, le organizzazioni no-profit affrontano sfide che le spingono oltre i loro limiti per poter massimizzare i risultati: al giorno d'oggi ci sono stati così tanti modi per comunicare, ma non è mai stato così difficile costruire delle relazioni continuative con i propri sostenitori. La tecnologia basata sui dati (c.d. data driven) può contribuire significativamente a risollevare il mondo del Fundraising, e l'obiettivo di iRaiser è estenderne la disponibilità al settore no-profit. In quest'ottica, il Digital Transformation Day è un'occasione per guardare questo settore da una nuova prospettiva attraverso le best practice e le riflessioni di esperti che parleranno di riforma del terzo settore, user experience, gaming, dati e valori del Fundraising.

Puoi trovare maggiori informazioni su iRaiser e sul Digital Transformation Day [qui](#).

In generale, il settore della solidarietà sta vivendo un periodo particolarmente positivo per quanto riguarda i donatori, come confermato dai dati di PayPal relativi all'Italia¹: più di 8 intervistati su 10 (82%) affermano di aver effettuato delle donazioni nel 2019. I donatori italiani più attivi risultano i Baby Boomer² (87%), seguiti dalla Gen X³ (82%) e dai Millennial⁴ (79%), in forte crescita rispetto al 2018. Cresce nettamente rispetto al 2018 anche la donazione da smartphone, che viene preferita dal 36% degli italiani, mentre l'uso del pc per le donazioni scende dal 60% del biennio 2017/2018 al 46% del 2019. Una ulteriore spinta alle donazioni, inoltre, è avvenuta a seguito del lockdown, con un 75% di intervistati che è oggi favorevole alle donazioni online – si tratta di un aumento del 18% rispetto ai dati pre-crisi⁵.

Combinando la potenza della propria piattaforma e la generosità dei clienti, nel 2019 PayPal ha aiutato più di 40 milioni di persone a donare circa 16 miliardi di dollari a organizzazioni di beneficenza, scuole elementari e secondarie, università pubbliche, e cause specifiche attraverso le raccolte fondi personali – con un incremento dell'8% rispetto al 2018.

Nel 2019 è stato raggiunto il record dei 10,3 miliardi di dollari in donazioni ad associazioni di beneficenza, di cui un miliardo solo nel mese di dicembre 2019.

PayPal abilita anche le raccolte fondi personali e alcune tipologie di crowdfunding, e si prevede che i volumi di queste modalità di donazione continueranno a crescere nel tempo. Solo nel 2019 sono state eseguite più di 6 milioni di donazioni a singoli individui per sostenere cause personali utilizzando i pulsanti di donazione di PayPal, o utilizzando PayPal su una piattaforma di crowdfunding per le donazioni.

PayPal, inoltre, sta collaborando attivamente con sempre più aziende al fine di abilitare opportunità di donazione innovative per i loro clienti. PayPal permette alle aziende di integrare un'opzione per le donazioni nei loro siti, offrendo ai consumatori l'opportunità di supportare organizzazioni di loro scelta attraverso internet, il sito web e l'app di PayPal.

Oltre a raccogliere fondi tramite un apposito pulsante sul proprio sito web, le organizzazioni no-profit possono utilizzare Partner Fundraising Platform per raccogliere fondi sui siti delle aziende partner – oltre che sul sito di PayPal. PayPal Giving Fund, ente pubblico di beneficenza 501(c)(3) negli Stati Uniti e fulcro della Partner Fundraising Platform, si occupa di garantire che gli sforzi di raccolta fondi di PayPal siano conformi alle leggi e ai regolamenti locali. Nel 2019 la Partner Fundraising Platform ha contribuito a raccogliere oltre 250 milioni di dollari in 14 paesi, con un aumento del 40% rispetto al 2018.

Puoi trovare maggiori informazioni sulla PayPal Fundraising Platform [qui](#).

¹ Per conto di PayPal Italia e Rete del Dono, Doxa ha condotto una ricerca quantitativa con interviste (somministrate nel mese di marzo/aprile 2020) attraverso il proprio panel di proprietà. Sono state effettuate 1.000 interviste rappresentative dei circa 20 milioni di internauti italiani di età compresa tra 18-64 più 30 interviste qualitative individuali a Millennial. L'obiettivo della ricerca è stato osservare quanto il fenomeno delle donazioni sia penetrato nella popolazione di internauti italiani, comprenderne le ragioni e identificare le barriere ad uno sviluppo più strutturato delle donazioni online. In questo percorso investigativo sono state indagate le abitudini, gli atteggiamenti attuali e futuri degli attori che si muovono online per dare vita a un quadro completo del perché, quanto, come e dove si dona.

² Gli appartenenti alla fascia d'età 56-74.

³ Gli appartenenti alla fascia d'età 40-55.

⁴ Gli appartenenti alla fascia d'età 29-39.

⁵ PayPal, in collaborazione con Ipsos, ha effettuato un'indagine di mercato su un campione di 26.000 persone per studiare l'evoluzione dei pagamenti online in tre periodi: prima del Covid-19, durante e dopo il lockdown. Studio condotto dall'8 al 29 maggio 2020 in 13 paesi del mondo (dal 14 al 20 maggio 2020 in Italia). Maggiori informazioni [qui](#).

<https://newsroom.it.paypal-corp.com/ultime-notizie?item=122617>