

#Natale2017. Italia Non Profit lancia piattaforma per e-commerce solidale

A Natale siamo tutti più buoni e, accanto ai regali che soddisfano qualche desiderio di grande e piccini, spesso si mette mano al portafogli per donare qualcosa a qualcuno meno fortunato. La ricerca del regalo solidale però non è sempre semplice: gli enti e le cause sono tanti e spesso ci si ritrova disorientati.

Per questo motivo, **Italia Non Profit ha messo a punto una piattaforma** che confronta 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.

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”, dichiara Giulia Frangione, Ceo di Italia Non Profit. “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”, conclude Frangione.