

LE DONAZIONI OLTRE LA CRISI?

di Massimo Calvi

Lo scorso Natale è avvenuto qualcosa che non accadeva da tempo: gli italiani sono stati più "buoni". Lo diciamo con tutta la prudenza del caso e consapevoli del fatto che il concetto di bontà è assai più ampio e non può essere ridotto ad azioni o casi particolari. Però le cifre dicono una cosa molto importante: che le donazioni sono tornate ad aumentare. Dopo anni di crisi – intesa come difficoltà economica delle famiglie e, di conseguenza, come problema per gli enti non profit nella ricerca di sostegni – a fine 2013 l'Istituto della donazione ha registrato un aumento. Gli enti benefici che hanno visto crescere i fondi donati sono raddoppiati, salendo al 45%, mentre solo il 27% ha visto diminuire gli aiuti (le previsioni per il 2014 sono ancora più positive). All'interno di questa evoluzione si possono segnalare due tendenze. La prima è la diminuzione delle somme che ogni italiano ha donato, alla quale si è però accompagnata una crescita del numero di donatori. Era evidente che, segnati dalla crisi, dalla mancanza di lavoro e dal calo del reddito disponibile, gli italiani avrebbero tagliato un po' le donazioni. Ciò che però ha contribuito ad aumentare il flusso della solidarietà è stata la presa di coscienza, in una fetta di popolazione che non ci aveva pensato prima, della necessità di mettersi in gioco per gli altri, di incominciare a fare qualcosa, di aiutare il prossimo. Come se i segni sempre più evidenti e diffusi della crisi abbiano mosso nuove energie, aiutando a far crescere il senso di comunità.

Il secondo dato di rilievo è la prevalenza, nelle donazioni fatte, di strumenti e modalità di "versamento" – la metà del totale – che prevedono contatti personali, fisici, rispetto ai sostegni fatti arrivare via Internet, *new media* o Sms. I giovani, più tecnologici, si sa, hanno meno risorse a disposizione. Ma in fondo la solidarietà, per dirsi tale, ha ancora bisogno di esprimersi con uno sguardo o un abbraccio.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

