

Per donare serve fiducia. Il 4 ottobre è il “Giorno del Dono”

ROMA. Gli italiani non sono un popolo più o meno generoso di altri, ma per donare alle organizzazioni non profit hanno bisogno della relazione, hanno bisogno di fidarsi, di capire dove vanno i loro soldi. “È in quello che devono investire le organizzazioni” commenta Cristina Delicato di Assif durante la presentazione della dodicesima indagine sulla raccolta fondi dell’istituto italiano della donazione. I dati dell’indagine parlano di una sostanziale tenuta della raccolta fondi delle organizzazioni non profit nell’ultimo anno, anche a fronte di un investimento importante che tali organizzazioni fanno per migliorarla.

Una generosità da valorizzare e da rispettare. Per questo l’istituto italiano della donazione ha lanciato oggi il primo Giorno del Dono che verrà celebrato con due convegni, uno a Milano giovedì prossimo e l’altro a Torino sabato. È il 4 ottobre. “È nostro desiderio -ha spiegato il presidente dell’IID Edoardo Patriarca- coinvolgere tutto il territorio italiano per far sì che il Giorno del Dono diventi un momento di celebrazione della generosità degli italiani in grado di animare i nostri territori all’insegna del dono. Donare è molto più che un semplice dare ed è un’espressione corale della collettività. La data fissata per il Giorno del Dono è il 4 ottobre, festa di San Francesco d’Assisi patrono d’Italia, già giornata della pace, della fraternità e del dialogo tra culture e religioni diverse”.

I SETTORI - In Italia i donatori sono il 38% degli adulti e la loro percentuale non è calata con la crisi. “Il profilo prevalente -ha spiegato Antonio Noto di IPR Marketing- è una donna di circa 50 anni ed è aumentata la donazione minima fino a 50 euro. Nella realtà sono quattro i settori prevalenti della donazione: adozione a distanza e aiuto a distanza, cause umanitarie, onlus assistenziali e ricerca scientifica. Se escludiamo le onlus assistenziali, gli altri tre settori hanno forte rilevanza mediatica, una visibilità molto forte sui media”.

IL RAPPORTO COL MERCATO - “Da questi dati -ha aggiunto Noto- emerge che il fenomeno della donazione è fortemente influenzato dalla comunicazione che si instaura. Anche la donazione, ma lo sta facendo, deve fare i conti con il mercato, etico, ma mercato”. I dati dell’indagine IID, che dimostrano una resistenza delle donazioni, sono stati presentati da Ornella Ponzoni, responsabile comunicazione dell’istituto italiano donazione”. “Chi dona di più -ha spiegato Ponzoni- sono i cittadini privati e lo strumento più utilizzato è il direct mailing cartaceo. Le difficoltà riscontrate sono soprattutto quelle di trovare nuovi donatori. Il face to face è costoso, ma vi investono le organizzazioni più strutturate, è uno strumento che fa acquisizione”. Tutte le informazioni sugli eventi del Giorno del Dono si trovano su www.istitutoitalianodonazione.it.