

Alluvione Emilia-Romagna: 1 donatore su 3 under 24

Le generazioni Alpha e Zeta spingono la forte crescita della beneficenza in Italia, con ben 1 italiano su 6 che nel 2022 ha effettuato una donazione. Il sostegno alla collettività è ancora però troppo legato all'emergenza e all'emotività, con il 26% dei donatori considerato "occasionale".

Milano, 1 agosto 2023 – “Angeli del fango” armati di vanga e stivali, generosi anche sul piano finanziario: sono stati i giovani i veri protagonisti del sostegno all’Emilia-Romagna colpita dall’alluvione, con ben **1 donatore su 3 appartenente alla fascia 18-24 anni**. A rivelarlo un’indagine realizzata da **Eumetra**, istituto indipendente di ricerca sociale e di marketing, che da due anni cura uno speciale **Osservatorio sulle donazioni** in Italia.

Il **protagonismo delle generazioni Z (nati tra 1997 e 2012) e Alpha (nati dal 2010)** si riflette positivamente anche sull’andamento complessivo della beneficenza in Italia, che vive un momento di grazia: nel 2022, secondo lo studio, ben **1 persona su 6** ha effettuato una o più donazioni in denaro, un percentuale in decisa crescita rispetto all’anno precedente (46%), che sembra pienamente confermata dall’andamento dei primi 6 mesi del 2023. E sono proprio i **giovani**, sorprendentemente, a spingere l’acceleratore della generosità: se infatti 4 donatori su 10 dichiarano di aver donato per le emergenze, tra i **giovani** il numero sale a **5 su 10**. Anche in relazione al numero di organizzazioni sostenute e alle **somme donate** i giovani si dimostrano più attivi: 3 su 10 contro i 2 su 10 del resto della popolazione.

Il richiamo delle emergenze

A sollecitare la generosità degli italiani sono state soprattutto le eccezionali **emergenze internazionali** che abbiamo vissuto, a partire dalla pandemia e dalla guerra in Ucraina. Forte la risposta anche a sostegno delle popolazioni colpite dal terremoto in Turchia e Siria e dal più recente disastro ambientale di casa nostra. Nel complesso le emergenze umanitarie si collocano al secondo posto tra le cause sostenute dagli italiani, alle spalle della ricerca medico-scientifica.

Futuro delle donazioni: costruire relazioni continuative

Se il protagonismo delle nuove generazioni, in parziale discontinuità rispetto al passato, costituisce un segnale di grande speranza per il futuro, è pur vero che prevale una cultura al dono ancora acerba, troppo spesso legata all’emotività del momento. Il **26% dei donatori è infatti considerato “occasionale”**, percentuale che include soprattutto giovani e giovanissimi.

*“Con la crescita della propria capacità culturale e critica, i segmenti più giovani della popolazione – commenta **Matteo Lucchi, Amministratore delegato Eumetra** – tendono sempre di più a voler assumere un ruolo da “protagonisti” nelle scelte, anche di dono; per una larga parte di questi donatori è possibile immaginare un atteggiamento “fluidò”, dettato da obiettivi e sollecitazioni specifiche, che rischiano di dissolversi rapidamente se la relazione non viene adeguatamente alimentata. La sfida per le Organizzazioni Non Profit sarà dunque quella di porre maggiore attenzione alla relazione in ogni fase e momento dell’esperienza del dono, per riuscire a stabilizzare l’orientamento alla donazione da parte di un segmento che risulta tradizionalmente meno propenso”.*

Ufficio stampa Eumetra

Lead Communication T. 02 860616

lorenzo.mazzoni@leadcom.it 3498450008

federica.levi@leadcom.it 3381220693