



**COMPORAMENTI
DI DONAZIONE DEGLI ITALIA-
NI
E APPROFONDIMENTO SU
INFORMAZIONE E OPINIONI
IN MERITO A CARITAS ITA-
LIANA**

Doxa



Premessa

Dal 2001 l'Istituto DOXA svolge un monitoraggio sui comportamenti di donazione della popolazione italiana, e sugli atteggiamenti verso le aziende private che sostengono cause di solidarietà.

La ricerca presentata in questa sede è l'ottava rilevazione del monitoraggio; è stata effettuata in ottobre 2004 attraverso 1.009 interviste personali CAPI (Computer Assisted Telephone Interview) a campione rappresentativo della popolazione italiana adulta (15 anni e oltre).

Una specifica sezione del questionario ha approfondito la notorietà e l'immagine di Caritas Italiana.

Donatori e donazioni

Il 28% della popolazione italiana nell'autunno 2004 dichiara di avere effettuato donazioni per cause di solidarietà nel corso dell'ultimo anno. La quota è diminuita rispetto al passato, e sembra interrotto il trend di crescita precedentemente registrato nei comportamenti di solidarietà degli italiani.

Se si vuole effettuare un bilancio relativo all'anno 2004 tuttavia, si deve evidenziare che il periodo natalizio e le donazioni per le popolazioni colpite dallo tsunami hanno aumentato la quota di italiani donatori al 49%. Dichiarano in particolare di avere donato per lo tsunami il 31% degli italiani, e le prime stime indicano che il 13% sono nuovi donatori, sollecitati dall'ondata di solidarietà per il maremoto asiatico.

Con riferimento al profilo del donatore italiano, in autunno si osserva una diminuzione generalizzata ai diversi strati di popolazione. È confermata la minore quota di donazione fra i giovani (23%), che tuttavia sono generalmente i più propensi a forme di solidarietà. Fra le donne la donazione raggiunge una quota del 32% nell'ultimo anno; è sempre molto elevata la donazione di quanti svolgono attività di volontariato (40%) o generali attività di tipo religioso (43%).

In autunno 2004 la ricerca medica si conferma la principale causa di donazione: 62%, in lieve discesa rispetto a novembre 2003. Seguono la lotta contro la fame del mondo (21%) e l'adozione a distanza (19%). Si osserva una generale diminuzione nella propensione a donare per più cause contemporaneamente.

Le offerte alla Messa domenicale interessano nel corso di un anno il 42% della popolazione italiana: quasi la metà effettua anche donazioni per solidarietà al di fuori della Messa. Se le donazioni effettuate al di fuori della Messa interessano più il Nord Italia, le offerte durante le celebrazioni riguardano quote rilevanti nel Centro e nel Sud Italia.

Un approfondimento sulle modalità di pagamento fra gli italiani e in particolare fra i donatori, evidenzia che la donazione diretta è considerata più comoda delle altre: il 76% degli intervistati la considerano infatti molto/abbastanza comoda, e la quota sale all'85% tra i donatori. Elevata anche la quota di chi considera comodo il pagamento attraverso il bollettino postale (55% degli intervistati e 66% dei donatori). Sono invece apprezzate in misura minore le forme di pagamento meno "tradizionali": il pagamento con carta di credito è ritenuto comodo dal 23% degli intervistati e solo dal 17% dei donatori.

La verifica della notorietà spontanea delle Organizzazioni No Profit, attuata attraverso una domanda aperta in cui l'intervistato veniva invitato ad indicare le Organizzazioni a suo avviso più note e importanti, vede al primo posto l'UNICEF, citato da quasi un quarto degli intervistati. Seguono Caritas e A.I.R.C., entrambe citate dal 21% del campione.

La notorietà complessiva vede confermata l'UNICEF come l'Organizzazione più conosciuta (80% di citazioni), seguita ancora da Caritas e dal Telefono Azzurro (79%).

Conoscenza e immagine di Caritas Italiana

Fra le diverse organizzazioni è Caritas Italiana la più conosciuta, indicata da oltre due terzi di coloro che conoscono a livello generale il nome Caritas.

In particolare il 57% della popolazione italiana dichiara di conoscere Caritas Italiana; il 32% conosce le Caritas Diocesane, mentre il 28% dichiara di conoscere Caritas Internazionale.

La conoscenza di Caritas Italiana è diffusa fra i diversi strati della popolazione italiana; solo l'area geografica evidenzia qualche diversità di rilievo: la notorietà è molto elevata nel Centro Italia (69%) e nel Nord Est (61%), ma decisamente inferiore nel Sud e Isole (47%). Elevata è infine la notorietà fra quanti nell'ultimo anno hanno donato per cause di solidarietà.

Le fonti della conoscenza di Caritas Italiana sono da una parte i mass-media, televisione innanzitutto (55%), dall'altra la rete territoriale di parrocchie e diocesi (29%), e il passaparola (24%). Le pubblicazioni di Caritas incidono per il 9%, i rapporti diretti per il 6%. La notorietà delle attività di Caritas Italiana evidenzia una certa confusione fra gli intervistati: non si osservano grandi differenze nella percezione delle attività di Caritas Italiana rispetto alle Caritas Diocesane.

Sono due le attività che connotano Caritas Italiana presso la maggioranza degli italiani: il supporto a emarginati e poveri in Italia, citata spontaneamente dal 61%, e la raccolta fondi per solidarietà e assistenza (59%).

Sono meno citate spontaneamente, ma comunque note dopo sollecitazione, le tre attività prioritarie di Caritas Italiana: il supporto per le emergenze internazionali è citato spontaneamente da un quarto di quanti conoscono Caritas Italiana, ma comunque conosciuto dal 67%; l'attività di promozione di cultura e sviluppo nei paesi svantaggiati è citata spontaneamente dal 10%, ma nota nel complesso a quasi la metà degli intervistati. La formazione di volontari e operatori sociali invece, è nota ad una minoranza: il 5% la cita spontaneamente, e circa un terzo nel complesso sa che Caritas Italiana svolge questo tipo di attività.

L'immagine di Caritas Italiana presenta tratti di elevatissima positività, ma piuttosto sfocati quando si cerca di definire una caratterizzazione precisa e specifica: l'immagine di Caritas Italiana come organizzazione che gestisce servizi per i poveri, raccoglie fondi per popolazioni svantaggiate, o è associazione di volontariato, tende a prevalere. È tuttavia molto forte anche la caratterizzazione di Caritas come punto di riferimento per la comunità cattolica in Italia (opinione molto o abbastanza condivisa dal 91%), o riferimento per la difesa dei valori di giustizia e pace (85%).