

Coronavirus: la solidarietà



Un banchetto dell'Associazione italiana leucemia che promuove la vendita delle Stelle di Natale. A destra, Giovanni Alliaia e un banchetto a Venezia della Ail

Banchetti solidali in crisi con il virus

«Ci aiutano i social ma è molto diverso»

Tutte le Onlus dichiarano una riduzione delle offerte a causa della limitazione della circolazione delle persone

Simone Bianchi / MESTRE

Lo stop ai mercatini natalizi mette in crisi le onlus dell'universo salute e cambia radicalmente il modo di fare solidarietà. La pandemia sta lasciando un segno profondo anche in un settore fatto di basi come sensibilizzazione e generosità verso il prossimo.

I volontari si stanno facendo in quattro per non perdere terreno prezioso, ma dall'inizio del 2020 il loro lavoro è stato minato nel garantire le tradizionali iniziative. Di conse-

guenza sono calati gli introiti con un danno evidente alla possibilità di fare del bene, e al tempo stesso le associazioni si sono spostate sul digitale per fare promozione e attirare l'attenzione delle persone.

LE STELLE DI SOLIDARIETÀ

Quelle di Natale sono sinonimo di Associazione italiana contro le leucemie (Ail). Giovanni Alliaia, responsabile della sezione provinciale, spiega conti alla mano la situazione. «Già a Pasqua, in pieno lockdown, siamo rimasti bloccati con

le uova, e adesso ci siamo dovuti inventare qualcosa per le stelle di Natale. C'è stata una grandissima contrazione della distribuzione e anche delle offerte: per noi la situazione è difficile. Abbiamo molti impegni nei confronti dei pazienti e degli ospedali, e a livello provinciale il nostro bilancio annuale era di circa 700 mila euro, quest'anno sarà ridotto a un terzo. Non abbiamo le postazioni abituali per i banchetti o le casette ai mercatini, dove anche la gente si aspettava di trovarci. Ci ha tolto il contatto diretto,

tutto è più difficile, così abbiamo sopperito alla situazione operando in rete tra siti internet e Facebook. Abbiamo cambiato modo di fare sensibilizzazione, riuscendo a raccogliere le offerte almeno in piccola parte. La generosità la vediamo lo stesso nonostante le difficoltà, e in questo weekend ci siamo potuti mettere alle Zattere tra pioggia e vento. Raccogliamo pure le prenotazioni, come fatto per le uova, e facciamo consegne mirate anche a domicilio».

SINDROME DI DOWN

L'Aipd lavora sulla sindrome di Down e non può più contare sulla casetta per le associazioni al mercatino di Mestre. «Ne abbiamo risentito, come tutti, e non poter fare manifestazioni in piazza è un problema serio» sottolinea la coordinatrice provinciale Francesca Pinto.

«Quella modalità era preziosa per il reperimento di fondi. A Natale il Comune ci metteva in via Poerio con altri colleghi, magari non portava molto a livello economico, ma era un modo per farci sentire e vedere dai cittadini in ottica sociale. Era un momento prezioso, con la riduzione delle donazioni ora è un disastro. Per noi, quest'anno in generale, significa una perdita del 25 per cento, parlo quindi di 50-60 mila

CIFRE E DATI

700 mila

Gli euro di bilancio annuale dell'Ail provinciale, due terzi non sono stati incassati in questo 2020 a causa della sospensione delle attività territoriali a causa della pandemia, il che ricadrà sulle iniziative in favore di malati di leucemie e ospedali.

1,4 mln

Il numero di soci Aido in Italia, ai quali l'associazione chiederà un aiuto per far fronte alle ingenti perdite di introiti di quest'anno.

300 mila

Gli euro che arriveranno ad Aido nazionale grazie alle donazioni del 5 per mille del 2019.

60 mila

Gli euro che mancheranno alle casse dell'Aipd provinciale che segue le persone con sindrome di Down, causa mancate donazioni.

euro in meno di entrate. Natale incideva poco rispetto alla nostra giornata nazionale, ma la gente ci vedeva».

REGALI SOLIDALI

Manuela Fossa, dall'Associazione donatori midollo osseo aggiunge: «La perdita c'è, ma è comprensiva di tutti gli eventi non fatti finora da inizio anno. I nostri numeri stanno calando in tutta Italia del 20% come potenziali donatori, e su Venezia abbiamo retto perché gli interventi nelle scuole sono terminati prima del lockdown. La nostra campagna di Natale viaggia sui social, ma vediamo che la gente e le aziende stanno scegliendo i regali solidali».

MENO DONATORI

Dall'Avis di Mestre e Marghera, la responsabile Lucia Del Sole guarda alle difficoltà generate dal non poter sensibilizzare la gente di persona. «Disolito, sotto Natale, avevamo la casetta e da sempre collaboriamo con Telethon. Il fatto di uscire in piazza, in accoppiata, oltre a raccogliere fondi, dava modo di avvicinare potenziali donatori di sangue. Quindi una perdita importante, più economica per Telethon, ma più di visibilità per noi. Un problema che ci tiriamo dietro da marzo e il calo di nuovi donatori è un dato di fatto».