



SOCIOMETRICA

# **IL DONO E IL VOLONTARIATO IN TOSCANA**

**4° Rapporto**

**“Opinione pubblica e altruismo in Toscana” – indagine  
demoscopica. Anno 2023”**

A cura di Antonio Preiti  
Sociometrica

03 maggio 2023

**IL PRESENTE RAPPORTO DI RICERCA RAPPRESENTA LA SINTESI DELLA RICERCA SU INCARICO DI CESVOT.  
È REALIZZATA DA UN GRUPPO DI LAVORO DI SOCIOMETRICA, DIRETTO DA ANTONIO PREITI.**

# INDICE

1. Premessa: una normalità da ridisegnare	04
---	----

2. La molecolarità del volontariato	07
-------------------------------------	----

3. Il valore dei volontari	11
----------------------------	----

4. La crescita dell'incertezza	15
--------------------------------	----

5. La grande disponibilità al dono	21
------------------------------------	----

6. L'impegno nel volontariato, nonostante tutto	25
---	----

7. Conclusioni: la forza delle volontà soggettive	33
---	----

8. Nota metodologica	35
----------------------	----

## 1. Premessa: una normalità da ridisegnare

Con questo studio vogliamo analizzare, diremmo monitorare, visto che questa è la quarta edizione, il pensiero, la percezione e i comportamenti della popolazione toscana rispetto al volontariato, un fenomeno molto sviluppato in questa regione e da lungo tempo. Lo studio del volontariato non ha solo un valore in sé, in quanto permette di capire cosa rappresenta, chi vi prenda parte e a quali risultati raggiunge secondo la percezione della popolazione, ma permette anche di studiare alcuni aspetti della società toscana molto profondi, che raramente emergono nella conoscenza dell'opinione pubblica. E', oltre a tutto il resto, uno studio sul sentimento popolare, sulla psiche collettiva di una regione che ha sempre manifestato una soggettività sociale autonoma, distinta, libera soprattutto sui temi sociali.

Siamo perciò alla quarta edizione di questo studio. Possiamo disegnare un arco dalla prima edizione a questa che comprende il biennio del Covid-19, perché la prima edizione è stata realizzata nel 2019<sup>1</sup>, appena prima che scoppiasse l'epidemia e l'ultima edizione all'inizio del 2023, quando c'è la netta sensazione che il peggio sia passato e che il ritorno alla normalità è pressoché nei fatti, sia quelli generali (leggi, normative, provvedimenti speciali) che quelli molecolari, nonché individuali (comportamenti collettivi, di consumo e relazionali), tornati alla situazione precedente.

Non possiamo però dire che il biennio Covid-19 sia stato solo una parentesi, che tutto sia tornato, o semplicemente possa tornare, identico a prima. Vedremo che non è così, secondo i riscontri che abbiamo da questo studio e da quanto ci è dato di capire dal nostro lavoro da osservatorio sociale. Non appena scoppiata l'epidemia c'è stato un primo momento di solidarietà che ha superato ogni genere di divisione sociale: ceti abbienti e popolari; anziani e giovani; città e campagne. Non appena però l'epidemia si è fatta duratura, quasi permanente e più profonda, via via, velocemente si sono manifestate divisioni, non solo di tipo socio-economiche, ma alcune di natura inedita: quelli che avevano i permessi di spostarsi contro quelli che non li avevano; i rispettosi delle regole contro i "furbi"; le persone maggiormente beneficiati dai provvedimenti di governo e quelli che non lo erano e così via. Divisioni di nuovo conio, ma non meno profonde o non meno incidenti sullo status della serenità sociale.

---

<sup>1</sup> A. Preiti, *Opinione pubblica e volontariato in Toscana – indagine demoscopica*, report di ricerca, Cesvot, 2020

Inoltre, un fattore specifico dell'epidemia ha determinato divisioni a cui non solo non eravamo abituati, ma che non hanno mai prima fatto parte della nostra tradizione e dei nostri comportamenti individuali e collettivi. La "distanza sociale", la circostanza che si potesse trasmettere il virus attraverso altre persone, addirittura attraverso persone di cui non c'era una manifesta patologia (portatori sani), ha dilaniato molecolarmente il tessuto di comunità, facendo percepire l'uno all'altro un nemico, o comunque una persona da cui prendere accorgimenti, stare lontano abbastanza, tenere appunto la distanza.

L'aspetto del distanziamento sociale ha colpito in maniera trasversale e particolare l'intero settore del volontariato. Da un lato, vi è stato l'impedimento alla vicinanza fisica (per poter svolgere le attività di assistenza e di aiuto la vicinanza fisica è una condizione necessaria); dall'altro, le manifestazioni pubbliche, sulle quali le associazioni di volontariato svolgono un'azione di promozione e di sollecitazione dell'attenzione dell'opinione pubblica, sono state prima vietate e poi ridotte nella loro portata e nella loro frequenza. Questo doppio problema ha eroso in maniera profonda il sistema del volontariato sia al vertice, con l'impossibilità (o difficoltà) delle associazioni di realizzare i loro programmi, sia alla base, non permettendo ai volontari di svolgere la loro missione, né all'opinione pubblica di avere una cognizione adeguata delle iniziative promosse.

La quarta edizione dell'indagine si sofferma sullo stato emotivo della Toscana, nonché – si direbbe - dell'intero Paese. Infatti, un tale contesto non può essere circoscritto alle frontiere di una sola regione, poiché molteplici e generali sono le sfide che la società italiana dovunque sta attualmente affrontando. Tra queste, si annoverano la lenta ripresa dall'epidemia di Covid-19, nonché le problematiche connesse all'invasione russa dell'Ucraina. Quest'ultima ha destabilizzato non solo il settore energetico, ma ha anche contribuito ad aumentare l'inflazione, generando difficoltà economiche e incrementando il costo della vita.

L'impressione però – come vedremo attraverso vari indizi – è che l'irrequietezza sociale sia profonda, con dei tratti di indistinzione che è difficile dirimere, che si ripercuotono in tutto o in parte anche sul volontariato. Dall'indagine ne ricaveremo comunque molti elementi di giudizio, così come valuteremo la forza di richiamo del volontariato, che nel momento in cui è "costretto" sulla difensiva, dal clima sociale che guarda verso un maggiore individualismo, riesce a disporsi non in astratto, ma in concreto, cioè nella concretezza delle azioni, delle proposte e dell'impegno, come un argine e uno strumento verso una ripresa solidale, l'unica che è in grado di riportare la coesione sociale a livelli più accettabili e più fruttuosi.

Ci ritroviamo così, dopo l'epidemia, invece che alla chiusura del cerchio, a un ritorno non troppo uguale a prima, con una psiche collettiva che non ha ancora ritrovato la sua "normalità", anzi è alla ricerca di una nuova "normalità", con tratti *del prima* e tratti che ha assunto *durante* la pandemia. Tratti che il volontariato può contribuire a disegnare, anzi a ridisegnare. Vediamo come.

## 2. La molecolarità del volontariato

La nostra analisi comincia con la misura dei livelli di conoscenza del volontariato fra la popolazione toscana. Non siamo ancora al giudizio, ma al grado notorietà o di consapevolezza di questo fenomeno. La base degli intervistati è sempre la popolazione della Toscana. Qui si possono confrontare gli ultimi quattro anni, dal 2020 (con interviste svolte alla fine al 2019) al 2023 (con interviste fatte nel mese di gennaio dello stesso anno).

Come si può osservare, la quota-parte della popolazione che conosce molto bene il volontariato è abbastanza stabile nel tempo, anche se proprio nel 2023 registriamo una lieve diminuzione, che per altro si manifesta anche fra coloro che conoscono “abbastanza bene” il volontariato, sia pure senza molti dettagli. Se facciamo la somma di queste due opzioni, arriviamo al 73,0% (Tabella 1), cinque punti in meno rispetto allo scorso anno e 9 punti in meno rispetto al 2019-20. È evidente che i livelli di conoscenza di anno in anno si siano ridotti. D’altro canto, salgono la conoscenza generica (dal 12,3% al 17,9%) e la non conoscenza totale (dal 5,7% al 9,1%, con però da segnalare che il minimo valore, 3,1% era stato raggiunto nel 2021).

Volendo sintetizzare su questo punto, possiamo dire che si è ridotta la conoscenza del volontariato nei suoi dettagli (pur restando molto elevata), a favore di una conoscenza più generica. Questo dato è rapportabile alla minore attività e alla minore evidenza delle iniziative di volontariato nel biennio Covid. Il volontariato non è un’idea, un concetto, ma un fenomeno reale, perciò quando si manifesta in misura minore, si conosce in misura minore.

Tabella 1 – Livello di conoscenza del volontariato in Toscana

Conoscenza del volontariato della popolazione toscana	2023 (valori %)	2022 (valori %)	2021 (valori %)	2020 (valori %)
Lo conosco molto bene	30,3	35,2	33,5	34,8
Conosco, ma senza dettagli	42,7	42,8	46,8	47,2
Ho un’idea generale	17,9	15,7	16,6	12,3
Non ne so nulla	9,1	6,3	3,1	5,7
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Indagine Sociometrica, 2023

Abbiamo visto che la conoscenza del volontariato è particolarmente elevata, perché se si sommano quelli che lo “conoscono molto bene” e quelli che lo “conoscono abbastanza”, si arriva al 73,0%, vale a dire che lo conoscono tre residenti in Toscana su quattro.

Adesso è importante capire da quali fonti gli intervistati traggono le informazioni. L’11,4% (Tabella 2) risponde che conosce il volontariato perché ne fa parte; a costoro occorre aggiungere il 15,6% di persone che ha fatto volontariato in passato. Perciò il 27% della popolazione toscana che conosce il volontariato, lo conosce perché ne fa o ne ha fatto un’esperienza diretta e personale: un risultato di grandissimo rilievo.

Inoltre, se si aggiunge a questi anche la parte di intervistati che conosce il volontariato perché conosce amici e parenti che lo fanno (o l’hanno fatto), si raggiunge il 74,1%, il che significa che la conoscenza del volontariato non è l’esito solo o soprattutto di campagne di marketing o di iniziative mediatiche, ma è radicata in una conoscenza immediata, individuale, molecolare. Naturalmente ci sono anche le campagne promozionali fatte in tanti modi e con tanti strumenti, non ultimi quelli digitali, ma resta questa robustezza di fondo data proprio dalla rete dei volontari stessi. Abbiamo perciò livelli molto alti di conoscenza del volontariato e una conoscenza molto radicata nelle esperienze personali e nella rete familiare e amicale.

Tabella 2 – Modalità di conoscenza del volontariato

Modalità di conoscenza del volontariato	2023 (Valori %)
Lo conosco perché faccio volontariato	11,4
Lo conosco perché ho fatto volontariato in passato	15,6
Perché lo fa o l’ha fatto una persona della mia famiglia	17,6
Conosco persone che lo fanno	29,5
Conosco le attività di volontariato	13,3
Lo conosco perché ne ho sentito parlare	12,4
Totale	100,0

Fonte: Indagine Sociometrica, 2023



Finora abbiamo parlato della notorietà del volontariato come fenomeno, adesso facciamo un focus per vedere qual è il livello di notorietà di Cesvot<sup>2</sup>, il Centro che riunisce in Toscana tutti gli enti del terzo settore. Ovviamente, chiedere la conoscenza di una sigla dell'organizzazione del volontariato che ha rapporti prevalentemente con le associazioni e non con i beneficiari finali delle attività di volontariato, è ben diverso. Fatta questa ovvia e naturale premessa, bisogna dire che quanti conoscono "molto bene" il Cesvot rappresentano l'8,2% della popolazione, la stessa percentuale dello scorso anno. Una percentuale. Comunque molto elevata, date le circostanze prima descritte.

Com'è naturale, molti lo conoscono senza grande dettaglio, ma in via generale; siamo perciò davanti a una tassonomia molto interessante: l'8,2% (Tabella 3) lo conosce "molto bene" e il 13,6% lo "conosce abbastanza", siamo perciò al 21,8%, vale a dire che più di una persona su cinque ne ha una conoscenza appropriata. C'è poi un 14,0% che afferma di conoscerlo, ma di conoscerlo "poco", mentre il 64,2% non lo conosce affatto. Su quest'ultimo dato c'è la vera differenza rispetto allo scorso anno, perché segnala un aumento di quanti "non lo conoscono", ma trattandosi della popolazione generale, è del tutto comprensibile che, essendosi ridotta la presenza pubblica degli eventi del volontariato, che riduca anche la probabilità che si venga a essere informati della spinta promozionale e organizzativa di Cesvot. Chi, invece, ha rapporti più diretti con il volontariato, ha mantenuto alto il livello della sua conoscenza

Tab. 3 – Livello di conoscenza di Cesvot

Conoscenza di CESVOT	2023 (valori %)	2022 (valori %)
Sì, conosco molto bene il Cesvot	8,2	8,2
Sì, conosco abbastanza bene il Cesvot	13,6	21,5
Sì, conosco il Cesvot, ma poco	14,0	18,3
Non lo conosco	64,2	52,1
Totale	100,0	100,0

Fonte: Indagine Sociometrica, 2021-22

<sup>2</sup> Cesvot - Centro Servizi Volontariato Toscana – [www.cesvot.it](http://www.cesvot.it) - è stato costituito nel gennaio 1997 come organizzazione di volontariato da undici organizzazioni regionali con lo scopo di svolgere funzioni di Centro di Servizio per il Volontariato (Csv) in base alla Legge Quadro sul Volontariato (legge 266/1991). Con l'entrata in vigore del Codice del Terzo settore (decreto legislativo n. 117 del 03/07/2017) i Centri di Servizio per il Volontariato sono riconosciuti e accreditati dall'Organismo nazionale di controllo (Onc). Dal 15 aprile 2021 Cesvot ha portato a compimento il percorso previsto dall'applicazione del Codice ottenendo l'accreditamento quale Centro di Servizio per il Volontariato dell'ambito territoriale afferente alla Regione Toscana e l'iscrizione nell'Elenco nazionale dei Csv, istituito ai sensi della delibera del Consiglio di amministrazione del 16 aprile 2020, al numero 35.

È allora interessante capire attraverso quali strumenti e quali modalità le persone apprendono le informazioni su Cesvot. Mentre abbiamo visto una certa riduzione della notorietà di Cesvot sulla generalità della popolazione, attribuita alla minore quantità e visibilità degli eventi, vediamo crescere, rispetto allo scorso anno, dal 10,8% al 13,3% (Tabella 4), la quantità di persone che lo conosce direttamente, avendo preso parte a qualche evento che ha coinvolto il Cesvot.

Detto in generale, anche a fronte di una ridotta visibilità delle attività del volontariato, la notorietà del nome Cesvot è cresciuta, grazie soprattutto a internet (lo conosce attraverso questo mezzo il 49,5% della popolazione). Di fatto, i due strumenti di conoscenza di massa sono internet e le pubblicazioni a stampa o anche *online*: metà della popolazione, come abbiamo visto, conosce il Cesvot su internet e il 41,5% per aver letto articoli su giornali e altre pubblicazioni. Su questo punto è necessario fare un’annotazione non sorprendente, ma sempre significativa: nel 2021 la stampa tradizionale rappresentava il 42,3% contro internet al 32,8%, perciò 10 punti circa a favore della prima. L’anno successivo internet superava la carta stampata di 3 punti e quest’anno di 8. Questo succede non perché la parte tradizionale incida meno (oscilla ogni anno tra il 41,5% e il 43,8%), ma perché è cresciuta molto la parte internet (Tabella 4).

Tab. 4 – Fonti di conoscenza di Cesvot\*

Fonti di conoscenza di CESVOT	2023 (valori %)	2022 (valori %)	2021 (valori %)
Ho partecipato ad un’iniziativa/attività del Cesvot	13,3	10,8	13,9
Sono entrato in contatto con la Delegazione Cesvot	8,2	5,4	15,8
Attraverso internet e/o social media	49,5	47,3	32,8
Attraverso l’associazione di cui faccio parte	16,1	16,8	5,2
Ho letto articoli, ho sentito interviste	41,5	43,8	42,3
Altro	10,5	6,0	11,7

Fonte: Indagine Sociometrica, 2023 \* Il totale non è 100, perché erano possibili fino a due risposte

Il senso complessivo di quanto abbiamo rilevato sulla notorietà del CESVOT, è che abbia oramai assunto una fisionomia autonoma, abbia una identità sua propria, una sua riconoscibilità diretta, non semplicemente perché collegata alle iniziative delle singole associazioni. Non è perciò (solo) mediata, ma in senso letterale, è “immediata”, perché entra direttamente in rapporto con la popolazione della Toscana.

### 3. Il valore dei volontari

Una volta misurato il livello di conoscenza del volontariato, si può passare alla sua percezione, vale a dire al giudizio che la popolazione toscana esprime nei suoi confronti. E qui troviamo una situazione abbastanza inedita, perché il giudizio molto positivo, cioè che sia fondamentale per la collettività, perde dieci punti rispetto alla stessa domanda dello scorso anno: era il 76,3%, adesso è il 67,2% (Tabella 5). Il punto cruciale è che questo abbassamento del giudizio molto positivo, non si trasforma in un giudizio negativo, e neppure in uno più “tiepido”, ma va direttamente a far crescere i “non so” e i “non ne so abbastanza”, insomma segnala un’incertezza, un giudizio sospeso, come se si fosse davanti a un dubbio, o che un giudizio nettamente positivo avesse trovato un interrogativo, appunto un’incertezza.

Non vi è certezza che questo sia l’unica o la principale interpretazione del risultato, ma due elementi propendono verso la sua conferma. Il primo è quello già riferito, della riduzione del numero di giudizi molto positivi, che si trasforma in incertezza e non in giudizi negativi; il secondo si ricava dalla valutazione che la popolazione toscana esprime sui volontari. Si potrebbe dire che quando si passa dal giudizio su un’entità vista nella sua generalità e astrattezza (il volontariato e le associazioni in generale) a un’altra entità vista nella sua concretezza (i volontari), la percezione cambia.

Tabella 5 – Giudizio generale sul volontariato

Giudizio generale sul volontariato	2023	2022	2021	2020
	(%)	(%)	(%)	(%)
È molto positivo, è fondamentale	67,2	76,3	73,8	74,0
È molto positivo, ma non è fondamentale	9,2	9,0	13,7	15,5
È qualcosa che talvolta può servire	11,5	11,6	5,6	5,9
È qualcosa di negativo	0,8	0,3	2,2	4,0
Non ne sa abbastanza / non risponde	11,2	2,8	4,7	4,9
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Indagine Sociometrica, 2023

Vediamo allora i dati relativi alla percezione del ruolo e delle attività dei volontari. In questo caso non esiste nessuna particolare incertezza: coloro che non sanno o non hanno elementi per rispondere rappresentano il 4,4%, mentre sul volontariato in generale – come si è detto – si arriva all’11,2%. In sostanza, si hanno incertezze

quando il focus è sulle associazioni di volontariato, o meglio di solidarietà in senso lato, ma scompaiono quando si esamina la percezione dei volontari.

L'80,0% (Tabella 6) della popolazione toscana pensa che i volontari siano persone da ammirare, che fanno del bene verso gli altri, insomma il miglior giudizio possibile, a cui si potrebbe anche aggiungere l'11,6% (somma di altri due giudizi positivi escluso quello che li indica come "persone da ammirare") che ne dà un giudizio meno assoluto e più ponderato, ma comunque positivo. Nessuno da un giudizio negativo e solo il 4,0% mostra una qualche tipo di generica diffidenza.

Scorrendo le risposte nelle quattro annualità, si vede che il giudizio migliore sui volontari, già altissimo nella prima edizione della ricerca, è addirittura cresciuto nel corso degli anni, persino in quest'ultimo anno: partiva dal 74,8% ed è arrivato – come detto – all'80,0%, dopo aver toccato anche il valore di 83,2%.

Tabella 6 – Giudizio generale sui volontari

Giudizi sulle persone che fanno volontariato	2023 (%)	2022 (%)	2021 (%)	2020 (%)
Sono persone da ammirare	80,0	83,2	79,9	74,8
Fanno cose positive, ma niente di speciale	2,3	5,4	13,0	13,1
Persone come tante che fanno cose positive	9,3	6,4	3,7	7,7
Hanno loro motivi personali per farlo	4,0	3,0	1,6	2,9
Non ne sa abbastanza / non risponde	4,4	2,1	1,9	1,5
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Indagine Sociometrica, 2023

Analizzando i dati secondo il genere, l'età e il livello d'istruzione, sono interessanti alcune considerazioni:

- riportano il giudizio migliore sui volontari gli uomini più che le donne (82,1% contro il 78,0%);
- rispetto alle età non ci sono differenze di grande rilievo, ma i giudizi migliori sono più presenti nelle classi centrali d'età (tra i 30 e i 54 anni);
- rispetto al livello d'istruzione, ci sono, invece, notevoli differenze, soprattutto della classe dei laureati, perché esprimono in misura minore il giudizio più positivo: 68,7% contro il 94,9% di quanti dispongono della licenza elementare e l'82,1% dei diplomati.

Possiamo a questo punto trarre alcune conclusioni sul giudizio rispetto al volontariato e dunque anche sui volontari. In questi quattro anni, connotati dall'epidemia, il giudizio sui volontari si è fatto ancora più positivo (il miglior giudizio era condiviso nel 2020 dal 74,8% della popolazione, e oggi, nonostante l'appannamento di reputazione delle associazioni di tipo solidale – o sedicenti tali – si arriva all'80%) e la percezione del loro valore è ancora più netta. A ulteriore prova di quanto affermato c'è il dato, appena citato, del (quasi) totale giudizio super-positivo delle persone più umili, quelle che non vantano un titolo di studio e che presumibilmente sono quelle che esprimono un ventaglio più ampio e più intenso di bisogni a cui i volontari cercano di rispondere.

Vediamo adesso qual è la percezione degli intervistati rispetto alle ragioni che portano le persone a fare volontariato; anche le risposte a questo quesito contribuiscono a rendere più preciso il quadro. Il 57,4% (Tabella 7) dà la risposta forse più attesa, ma anche la più diretta, e la più coerente con l'attività svolta: dedicare una parte del proprio tempo agli altri. In sostanza, il tempo, tra le cose di cui possiamo disporre, è una delle cose più importanti. Una risposta perciò essenziale, semplice, che va all'essenza del volontariato. Altre risposte portano su sentieri più specifici che connotano con ancora maggior dettaglio la percezione del volontariato. Il 35,8% vede nel volontariato la possibilità di impegnarsi in qualcosa, per una causa, molto importante. In una misura analoga, il 31,7%, gli intervistati mettono in rilievo la possibilità, attraverso il volontariato, di fare un'esperienza molto personale che "fa star bene con sé stessi", insomma una risposta che comprende ragioni di carattere psicologico. Il 31,1% degli intervistati indica la possibilità di "sentirsi utili", che un po' rappresenta la via di mezzo tra la prima ragione (più generale: aiutare gli altri) e la seconda (più intima), perché nel termine "sentirsi" si racchiude la seconda e nel termine "utili" si racchiude la prima.

Tab. 7 – Ragione più importante per fare volontariato\*

Ragione più importante per fare volontariato	2023 (Valori %)
Dedicare tempo agli altri	57,4
Fare qualcosa per una causa importante	35,8
Fare un'esperienza personale, stare meglio con sé stessi	31,7
Sentirsi utili	31,3
Acquisire una nuova prospettiva sulla realtà	8,8
Misurarsi in concreto con il territorio	6,0
Socializzare, fare nuove amicizie	4,0

Fonte: Indagine Sociometrica, 2023 \* Il totale non è 100, perché possibili anche due risposte

Queste quattro ragioni sono di gran lunga le principali (si ricorda che era possibile fornire fino a due risposte), mentre per le altre: “acquisire una nuova prospettiva sulla realtà” (vale a dire una motivazione più “intellettuale”); “misurarsi in concreto con il territorio” (vale a dire un impegno generico di appartenenza territoriale) e “socializzare, fare nuove amicizie” (vale a dire rispondere a un puro bisogno relazionale) le percentuali di risposta sono molto basse. Insomma, il volontariato è percepito come qualcosa di specifico, che ha valore in sé, non è né il sostituto, né il surrogato di altre attività o di altri desideri. In sostanza, si fa volontariato per le ragioni dirette già indicate e non al posto di qualcos’altro.

## 4. La crescita dell'incertezza

Abbiamo già visto, nell'analisi della percezione del volontariato, suddivisa fra percezione delle associazioni e percezioni dei volontari, i segni molto evidenti di uno stato d'incertezza che si riverbera su ogni cosa, e perciò anche sul volontariato. L'insieme delle risposte ai quesiti inclusi nella nostra indagine, induce alla sensazione che sia cresciuta una forma molto spessa di incertezza sociale verso quello che fanno gli altri; verso quello che si propongono gli altri; chiedendosi se occuparsi, anche solo mentalmente, degli altri sia ancora una promessa di valore per sé che per gli altri, cioè se valga ancora la pena. Vediamo adesso qualche dato più in dettaglio per capire meglio. Cominciamo dal guardare a una delle emozioni più vive che danno energia e pensiero alla gente: la preoccupazione o l'ansia per il futuro.

In questa indagine si vede che il 40,2% (Tabella 8) è "molto preoccupato" per la propria famiglia. Qui la preoccupazione è riferita alle vicende economico-sociali, ma anche, in generale, alle condizioni generali di vita. Se aggiungiamo anche la parte che è "abbastanza preoccupata", cioè il 41,3%, si arriva all'81,5% complessivo. Si tratta di un livello enorme, tanto che solo il 2,8% degli intervistati non si dice preoccupato per la propria famiglia. Quando la preoccupazione per la propria famiglia è così alta, è evidente che assorba gran parte delle energie e dei pensieri, lasciando poco per tutto il resto.

Tabella 8 – Grado di preoccupazione verso varie entità sociali

Entità sociali/Grado di preoccupazione verso di loro	molto (%)	abbastanza (%)	poco (%)	Per nulla (%)
La mia famiglia	40,2	41,3	15,7	2,8
La gente che vive vicino a me	24,7	51,5	20,1	3,8
La gente della mia città	20,6	53,8	23,2	3,3
Gli Italiani	30,7	53,0	14,5	1,8
Gli Europei	18,0	48,1	28,7	5,2

Fonte: Indagine Sociometrica, 2023

Infatti, quando guardiamo alle preoccupazioni per i cerchi più grandi, "la gente che vive vicino a me", o anche "la gente della mia città" registriamo il livello di grande preoccupazione dimezzato: rispettivamente il 24,7% e il 20,6%.

Il senso perciò del ricentraggio dell'incertezza consiste nella considerazione che quando la propria situazione più prossima, quella familiare, è solida, allora c'è uno spazio emotivo per occuparsi delle situazioni che preoccupano i cerchi sociali via via più lontani (dai vicini di casa, ai concittadini, e via via in crescendo); quando l'incertezza si radica, o coinvolge il nucleo familiare d'appartenenza, allora l'emozione si concentra su di sé, e non permette "intrusioni" di soggetti che, se pur vicini, sono comunque distinti.

Al margine di questo ragionamento generale, c'è da segnalare una specifica "rottura" nella linearità che vuole la preoccupazione affievolirsi a mano a mano che ci si distanzia dal proprio nucleo familiare. Questa "legge" vale sempre, ma fa eccezione quando entrano in campo le questioni che coinvolgono le identità territoriali. Così abbiamo che la grande preoccupazione per gli "Italiani" sia di dieci punti maggiore rispetto alla propria città, mentre ridiscende non appena si passa all'Europa. Si vede che l'identità nazionale è, almeno in questo momento, molto forte e più di prima, e questo – probabilmente – va iscritto entro le dinamiche già descritte di maggiore preoccupazione per il sé; e in questo caso il sé è l'Italia nel suo complesso.

Se finora la preoccupazione era distribuita nella dimensione geografica, adesso entriamo più nel merito delle categorie verso cui si nutrono le maggiori percezioni. E qui il quadro si fa – se possibile – meno "egoista", perché per almeno tre categorie di persone la preoccupazione della popolazione toscana è massima. Abbiamo così che il 61,1% (Tabella 9) si mostra preoccupato per la situazione in questo momento degli ammalati e dei disabili; il 59,1% per i bambini che vivono in famiglie indigenti e il 51,4% per gli anziani in generale. Quindi non appena si esce dall'astrazione geografica (che sembra una dimensione molto concreta, ma è vista da una prospettiva generalizzante e perciò astratta), la percezione dei bisogni e delle priorità a cui prestare attenzione cambia, e così cambia anche l'atteggiamento verso il bisogno.

Se possiamo fare una sintesi, che per forza di cose semplifica molto le cose, e forse anche oltre il dovuto, possiamo dire che l'elemento che desta maggiore preoccupazione è dato dalle difficoltà fisiche, o dallo status fisico: è così per gli ammalati, per i disabili, ma anche per gli anziani e per i bambini in famiglie indigenti, dove l'indigenza naturalmente ha il suo peso, ma sembra averlo specialmente nella condizione infantile.

Infatti, l'indigenza in senso generale viene in secondo piano: perché la preoccupazione per i disoccupati (non è detto che la disoccupazione generi direttamente l'indigenza in senso proprio, ma appartiene comunque alla stessa



famiglia delle gravi difficoltà economiche), si “ferma” al 44,0%. Una nota a parte meritano le risposte relativamente agli immigrati. In questo caso si osserva che quanti si dicono “per nulla” preoccupati per questa categoria di persone, arrivano all’11,1%, una quota piuttosto elevata, perché nelle altre categorie si rimane non oltre il 2,4%. Si vede che in questo momento questa categoria di disagio e di persone disagiate ha una minore attenzione da parte dell’opinione pubblica toscana.

Tabella 9 – Grado di preoccupazione verso alcune categorie sociali

Categorie sociali/Grado di preoccupazione	di molto (%)	abbastanza (%)	poco (%)	Per nulla (%)
Ammalati e disabili	61,1	34,3	2,7	1,9
Bambini in famiglie indigenti	59,1	36,3	2,6	2,0
Anziani	51,4	41,0	5,2	2,4
Disoccupati	44,0	43,7	10,1	2,2
Immigrati	25,1	45,2	18,7	11,1

Fonte: Indagine Sociometrica, 2023

In sostanza, assistiamo a un doppio fenomeno: da un lato le preoccupazioni (se vogliamo usare questo termine sintetico per descrivere quanto si muove intorno alle emozioni e allo stato d’animo delle persone) si rapportano maggiormente più che nel passato al proprio sé più prossimo (la famiglia); allo stesso tempo questo movimento, che abbiamo appunto chiamato di ricentraggio, non cancella l’attenzione e il proposito di aiutare le persone che hanno più bisogno, o almeno di quelle categorie maggiormente percepite come meritevoli di aiuto. Si potrebbe sintetizzare questo “dualismo” dei sentimenti con la differenza che si manifesta quando si passa dall’astratto al concreto, cioè quando le questioni non sono più viste in maniera generale e appunto astratta, ma con una maggiore acutezza della percezione, perché in questo modo si può entrare nel merito dello *status* reale delle persone, e delle distanze che, nonostante una generale difficoltà, fanno ancora la più grande differenza tra chi ha bisogni profondi e chi ha generiche preoccupazioni.

Detto questo, dobbiamo sottolineare che la percezione comune di quello che possiamo definire lo *status* sentimentale della solidarietà, cioè il grado e il tipo di emozione che coinvolge le persone quando si affronta il tema della solidarietà, oggi non è particolarmente positivo. Richiesti di rispondere se in questo arco di tempo (due anni, ma in questi casi la mente non definisce limiti dettagliati) sia maggiormente cresciuta la solidarietà o la diffidenza nella collettività, il 59,9% (Tabella 10) afferma che è proprio la diffidenza a essere cresciuta, mentre solo il

10,6% sostiene che sia cresciuta, invece, la solidarietà. Questo risultato definisce il tono di fondo del sentimento collettivo in questo momento. A ulteriore conferma che siamo nel pieno di cambiamenti, non ancora ben delineati, o addirittura, come abbiamo visto, contraddittori, si consideri che solo il 21,6% sostiene che “tutto è rimasto uguale”. In sostanza quasi l’80% della popolazione toscana sostiene che il sentimento popolare è in via di cambiamento.

Tabella 10 – Solidarietà vs. diffidenza

Lei ha visto crescere in questo periodo più la solidarietà o la diffidenza tra la gente?	2023 (Valori %)
È cresciuta più la solidarietà	10,6
È cresciuta di più la diffidenza	59,9
È rimasto tutto uguale	21,6
Non saprei	7,9
Totale	100,0

Fonte: Indagine Sociometrica, 2023

La direzione del cambiamento non è ancora definita; così come non si capisce se si tratti di un ritorno a un “prima”, sia pure attraverso scosse di vario segno e aggiustamenti contraddittori, o dell’approdo a un “dopo” (i due termini si riferiscono al biennio pandemico) non ancora delineato o non ancora deciso e percepito come probabile. È una fase di transizione che contiene elementi che spingono in varie dimensioni e che, naturalmente, coinvolgono il volontariato, un fenomeno estremamente sensibile ai cambiamenti del sentimento popolare.

Non si può dare una spiegazione semplice e neppure la quantità di dati che qui sono disponibili sono sufficienti a dare una interpretazione esauriente delle ragioni che determinano questa crescita della diffidenza. Sicuramente c’è un mix di fattori e un loro combinato disposto che avrebbe bisogno di ulteriori mezzi di comprensione. In questo mix sicuramente ha avuto un’influenza l’agire molecolare e profondo del Covid, che ha avuto conseguenze su più piani, da quello personale a quello sociale; da quello sanitario a quello relazionale. Un fattore materiale, che certamente non sostituisce meccanismi psicologici più profondi, riguarda le condizioni economiche delle famiglie, di cui si è già avuto una chiara evidenza nell’analisi del riferimento delle maggiori preoccupazioni di ciascuno.

Abbiamo provato a sintetizzare l’intera questione delle condizioni economiche, chiedendo se nel computo quotidiano, mensile, annuale delle spese, insomma nei

consumi che mostrano una certa regolarità, le famiglie debbano far fronte a delle rinunce e di che tipo e in quali ambiti della vita ordinaria.

Anche in questo caso si mostra la pesantezza della situazione complessiva: solo il 29,1% (Tabella 11) della popolazione toscana dichiara di “non dover rinunciare a nulla di particolarmente importante”, dal che si deduce che, inevitabilmente, il resto della popolazione, la grande maggioranza, il 70,9%, deve rinunciare a qualcosa. Vediamo allora quali e quali intensità hanno le rinunce.

Quasi la metà della popolazione toscana (46,0%) afferma di dover rinunciare alle uscite, perciò alle cene fuori, agli eventi e ad altre iniziative di carattere sociale. Si potrebbe osservare che non si tratta di grandissime rinunce, ma alla luce della circostanza che si tratta di consumi che fanno parte da decenni dei comportamenti abituali della popolazione toscana, allora si può avvertire maggiormente il senso della rinuncia. Allo stesso modo, una persona su tre deve rinunciare a perseguire i propri *hobby* nel tempo libero, così come rinunciare alle spese per la cultura e comunque agli interessi personali che comportino delle spese.

La situazione diventa più pesante quando nella rinuncia entrano anche le spese per la vita quotidiana, cioè per quelle essenziali, a cui deve rinunciare in parte almeno il 23,2%, perciò quasi una persona su quattro e addirittura il 12,4% si fa mancare qualcosa che afferisce alla sanità, o al campo della prevenzione medica, perciò spese ancora più essenziali, se si potesse dire, la cui rinuncia è indice di difficoltà molto gravi.

Tab. 11 – Tipologie di rinuncia rispetto ai problemi economici

Nella gamma dei consumi regolari in quali ambiti si devono fare delle rinunce?	2023 (Valori %)
No, non devo rinunciare a nulla di particolarmente importante	29,1
Sì devo rinunciare a qualcosa relativamente alle uscite (ristoranti, ecc.)	46,0
Sì, devo rinunciare a qualche spesa legata a hobby o interessi personali	33,6
Sì, devo rinunciare a qualche spesa culturale (cinema, libri, mostre, ecc.)	31,7
Sì, devo rinunciare a qualcosa quando faccio la spesa quotidiana	23,2
Sì, devo rinunciare a qualche attività ricreative e sportive (palestra, ecc.)	18,0
Sì, devo rinunciare a qualcosa nel campo della prevenzione o cura sanitaria	12,4

Fonte: Indagine Sociometrica, 2023

Sul tema delle rinunce sono da osservare due aspetti particolari:

- in generale, le rinunce sono maggiormente sentite dalla parte femminile, perché chi non deve fare alcuna rinuncia rappresenta il 32,2% degli uomini e il 26,1% delle donne. Quando si va a vedere più nel dettaglio, si capisce che queste rinunce sono soprattutto legate alla cultura, al tempo libero, alla palestra, ma anche, e più di altre, al campo della spesa per la salute;
- riguardo alle classi di età, la situazione più pesante si addensa soprattutto su quella che comprende le persone comprese tra i 55 e i 64 anni, per la quale si registrano rinunce maggiori rispetto alla media praticamente in ogni categoria di spesa, esclusa quella quotidiana;
- trattandosi spesso di consumi culturali, comunque legati al tempo libero, dal punto di vista del livello di istruzione, la maggiore sofferenza che deriva dalla rinuncia a questo tipo di consumi si registra nei livelli più elevati di istruzione.

Anche da questi elementi di conoscenza aggiuntivi vediamo un ulteriore dualismo, questa volta più sottile, tra una “sofferenza” determinata non tanto e non solo da dover rinunciare a cose essenziali, ma a cose “secondarie”, che però non più, e da tempo, sono viste come “secondarie”, ma essenziali anch’esse per una buona qualità della vita.

## 5. La grande disponibilità al dono

Abbiamo descritto lo “strano” dualismo della popolazione toscana, che non appare però una caratteristica solo di questa regione, perché è condivisa con l'intero paese, sia pure in gradi e forme diverse, ma nella stessa direzione del significato. Dualismo prodotto da un lato da un sentimento collettivo tendente al negativo, con una diffidenza generalizzata verso l'altro, che genera incertezze anche sulle realtà più solide come le famiglie; di caduta della fiducia generale verso l'esterno e dall'altro lato abbiamo, al contrario, un grande, profondo, partecipato riconoscimento del bisogno che coinvolge varie categorie sociali e una voglia personale a farvi fronte (come vedremo più avanti).

Se nella percezione della crescita della diffidenza potevamo ritrovare tutto lo “spessore” del sentimento collettivo negativo, adesso nella concretezza delle varie forme del dono che ciascuno può offrire agli altri, possiamo ritrovare il suo opposto, vale a dire una forte, convinta, sostenuta volontà di aiutare gli altri. Abbiamo considerato dieci attività gratuite che definiscono il dono, vale a dire offrire qualcosa di sé agli altri e abbiamo registrato per ciascuna di queste attività quanti residenti in Toscana praticano ogni singola attività e quanti vorrebbero farlo, quando se ne presentasse l'opportunità. I risultati sono straordinari e tutt'altro che pessimisti.

Partiamo dal dato più generale: solo il 27,5% della popolazione toscana (Tabella 12) si rifiuterebbe, o non sarebbe interessato, al dono, cioè a offrire qualcosa di sé (il tempo, l'impegno, dei soldi, ecc.) per aiutare gli altri. Di conseguenza tre persone su quattro sono disposte a fare/dare qualcosa per gli altri. È un risultato straordinario, sia in valore assoluto, e ancor di più se inserito in un contesto come quello descritto, dominato dalla diffidenza. Entriamo però nel dettaglio e osserviamo quali doni i Toscani vorrebbero offrire agli altri e con quale percentuale rispetto alla popolazione per ciascuno di essi.

Attualmente oltre la metà della popolazione toscana è disposta a donare del denaro a persone bisognose. Naturalmente qui non si può specificare il *quantum* e neppure la frequenza della donazione, ma si sottolinea come il 52,9% sia disponibile a donare dei soldi ad altre persone per ragioni legate alla carità. Quasi la metà della popolazione (il 46,5% esattamente) è disponibile a fare delle donazioni a qualche associazione del volontariato e anche questo è un dato straordinario e molto significativo.

Da notare che siamo nel campo delle opinioni non delle circostanze effettive: la percentuale citata raccoglie le persone che fanno già un certo tipo di dono, o sono già disposti a farlo non appena se ne presenti l'occasione. Non è specificato se il dono fatto, o la disponibilità già maturata a farlo, sia regolare o occasionale. Anche questo dipende dalle circostanze di fatto.

Il quadro che emerge per la Toscana è decisamente incoraggiante perché rende manifesto e misura il grande spirito solidale della popolazione. Per avere termini di confronto con altre regioni bisognerebbe avere ricerche metodologicamente impostate con gli stessi criteri, tuttavia studi analoghi possono permettere un confronto su alcune linee generali<sup>3</sup> e su alcune caratteristiche del dono e dei donatori.

Tab. 12 – Disponibilità della popolazione toscana al dono

Opinione sulla disponibilità a compiere azioni gratuite	Lo fa o è già disponibile a farlo (valori %)	Potrebbe farlo (valori %)	Totale (valori %)
Donare soldi a persone bisognose	52,9	9,3	62,2
Donare a un ente di volontariato	46,5	11,0	57,5
Donare per aiutare l'ambiente	43,4	15,0	58,4
Donare per salvare o assistere animali	41,9	17,7	60,6
Donare il mio tempo per attività benefiche	41,6	18,1	59,7
Donare per la scuola, per la formazione dei ragazzi	40,5	13,3	53,8
Donare alla Messa o in funzioni religiose	38,0	1,4	39,4
Donare il sangue	34,9	29,2	64,1
Donare per lo sport o feste del paese o del quartiere	22,4	6,3	28,7
Donare a un partito politico	8,1	1,7	9,8
Nessuna di queste	-	27,5	27,5

Fonte: Indagine Sociometrica, 2023

Ci sono cinque opinioni di disponibilità a fare un dono che si equivalgono sul piano della loro diffusione: il 43,4% esprime l'opinione favorevole a donare per aiutare l'ambiente; il 41,9% per salvare o assistere animali; il 41,6% offre il proprio tempo

<sup>3</sup> Abbiamo a disposizione, tuttavia, indagini la cui metrica parte dagli enti che organizzano le donazioni, perciò si riferiscono non alle opinioni (disponibilità a donare), ma all'effettivo dono. A tal proposito è utile citare realtà l'Istituto italiano della donazione ogni anno pubblica un report sul dono. L'ultimo report risale al 2021 [https://www.istitutoitalianodonazione.it/it/news-eventi/dd\\_121\\_4093/il-dono-degli-italiani-nellanno-della-pandemia](https://www.istitutoitalianodonazione.it/it/news-eventi/dd_121_4093/il-dono-degli-italiani-nellanno-della-pandemia)

occasionalmente per attività benefiche; il 40,5% dona per l'educazione e la scuola e il 38,0% fa delle donazioni in chiesa, durante la Messa. Si tratta di modalità e varietà molto differenti, che sono molto radicate nella popolazione, ritrovandosi tutte intorno alla soglia del 40%.

Vicino a quella soglia è il 34,9% della popolazione, che esprime l'opinione di disponibilità a donare il sangue; mentre si scende di oltre 10 punti quando si tratta di donazioni finalizzate all'organizzazione di manifestazioni sportive o festive del paese o del quartiere dove si vive. Anche in questo caso non si tratta di percentuali basse. Quello che sicuramente segue a molta distanza, con l'8,1%, è la disponibilità a donare a partiti e movimenti politici.

La questione relativamente al dono del sangue merita un approfondimento, perché è quella dove la parte di persone che manifesta disponibilità verso questa attività e quella che potrebbe pensarci sono quasi pari. Inoltre è il tipo di dono dove i dati effettivi sono piuttosto lontani dalle percentuali che qui emergono sul piano delle opinioni. Per il dono del sangue esiste un numero elevato di persone già orientate (o con un'opinione favorevole a farlo), se ci fossero le circostanze opportune o pratiche per farlo, ma non lo fanno nella misura potenziale.<sup>4</sup> Com'è facile capire dall'esperienza di tutti, per donare il sangue servono strutture adatte allo scopo; bisogna fissare appuntamenti; si devono realizzare condizioni particolari; insomma, non è facilissimo dal punto di vista pratico. Per altri tipi di dono le circostanze che li rendono possibili sono più agevoli. Inoltre, la domanda posta nel questionario d'indagine non conteneva riferimenti temporali, perciò è del tutto plausibile che persone che abbiamo risposto dicendo di avere la disponibilità a donare il sangue, l'intendano come un atto "*una tantum*", non necessariamente che lo facciano (o vogliano farlo) con regolarità. È un dono molto importante, quello del sangue, che dall'indagine emerge in maniera molto sentita dalla popolazione, ma non realizzato nella misura delle intenzioni. Sembra però di essere davanti a frizioni d'ordine pratico e non – appunto – di debolezza delle intenzioni.

Tenendo conto delle opinioni di disponibilità di diverso tenore (effettiva, occasionale, potenziale e non preclusiva) si può creare un *ranking* dell'orientamento positivo verso ciascun tipo di dono. Al primo posto c'è la donazione del sangue, per cui si somma il 34,9% che ha già maturato questa disponibilità e il 29,2% che potrebbe farlo o non lo esclude, il che ci porta al 64,1%, che rappresenta la percentuale più alta complessiva per ogni tipo di attività di donazione o di gratuità.

---

<sup>4</sup> Secondo i dati informali del Centro Regionale Sangue sono circa 115mila i toscani donatori nel 2022, un numero inferiore alle disponibilità qui manifestate.

Al secondo posto, sempre seguendo il criterio della somma della disponibilità con quello della non preclusione, si colloca, con il 62,2%, l'offerta di soldi a persone bisognose. Al terzo posto c'è la donazione per l'assistenza agli animali, perché al 41,9% si aggiungerebbe un altro 17,7%, il che porta la somma al 60,6%. Le altre seguono a una piccola distanza tra loro, mentre rimangono molto distanziate le disponibilità alle donazioni per le manifestazioni sportive o per le feste popolari (28,7%) e ancora più indietro è la somma per le donazioni verso i partiti (9,8%).

Ci sono varie considerazioni, di diverso ordine che possono essere fatte dal confronto tra i comportamenti esistenti e quelli potenziali, almeno seguendo le indicazioni delle persone intervistate. La prima riguarda il peso della contingenza, che nel caso della donazione del sangue è altissimo. Basterebbe una maggiore sollecitazione, una migliore distribuzione dei luoghi di raccolta, una comunicazione più presente per trasformare le possibilità in realtà. In altri casi, invece, la distanza è minore, perciò il "serbatoio" delle disponibilità sembra già abbastanza realizzato nelle sue potenzialità. Una seconda notazione riguarda in particolare l'assistenza verso gli animali. Nelle passate edizioni era presente, ma in misura nettamente inferiore, perciò questa sensibilità è cresciuta proprio negli ultimi due/tre anni. Nel questionario sottoposto agli intervistati non era previsto un "perché" sulle motivazioni verso ciascun specifico dono. Sicuramente questa attenzione verso gli animali è un fenomeno recente e solo da poco viene percepito nell'ambito dell'universo del volontariato in una misura rilevante.



## 6. L'impegno nel volontariato, nonostante tutto

Adesso veniamo a una delle conseguenze più importanti di questo lavoro di ricerca, vale a dire la misura del livello di disponibilità dei residenti della Toscana a dedicare parte del proprio tempo e del proprio impegno al volontariato. È una domanda che è sempre presente nelle precedenti edizioni di questo studio. Le risposte a questo quesito hanno diverse valenze: a) una conseguenza operativa, perché indicano quante persone, a certe condizioni soggettive e oggettive, sarebbero disponibili a fare volontariato; b) ha un senso valoriale, perché da la misura dell'importanza che si attribuisce al volontariato nella sua componente più impegnativa, cioè quella di fare personalmente volontariato; è, infine, c) è un indicatore di quanto si è personalmente coinvolti nel "fenomeno" del volontariato.

Da quanto analizzato nei precedenti capitoli si è visto che il clima complessivo induce verso l'incertezza, verso una riduzione del credito sociale verso qualunque iniziativa che abbia natura collettiva, e quindi vi si comprende anche il volontariato. Si è visto poi che quando si passa dall'astrazione alla concretezza, la disponibilità delle persone ad aiutare gli altri è più viva che mai, ma questa patina di diffidenza, verso le associazioni, ma non verso i volontari, contribuisce a gettare dubbi, perplessità, appunto incertezze rispetto all'intero mondo del volontariato.

La conseguenza è che, anno dopo anno, e con qualche piccola accelerazione negli ultimi due, la disponibilità generale a fare "senz'altro" volontariato è andata riducendosi: era il 33,6% nel 2020 e adesso è il 21,1% (Tabella 13). Lo stato prevalente di incertezza (ma non di negazione) è confermato anche da questa prospettiva: la parte di popolazione che afferma: "In nessun caso farei del volontariato" era lo scorso anno il 12,0% e adesso è il 9,9%, perciò leggermente minore. Certo negli anni ancora precedenti ha oscillato tra il 3,5% e il 6,9%, perciò non c'è nessuna avversione nei riguardi del volontariato. Quel che osserviamo è un'incertezza che è apparsa sulla disponibilità a fare volontariato che ferma una parte delle persone dal farlo, nonostante la loro attitudine a far del bene agli altri. Quest'incertezza non è determinata da una valutazione negativa, e neppure in minore, del volontariato in sé, dai suoi esiti, dal suo valore, o dalla sua qualità, quanto dalla confluenza probabile di fattori soggettivi - già visti - che tendono a richiedere una maggiore concentrazione sui propri cerchi d'appartenenza più stretti, familiari e amicali, oltre che a essere influenzato da un clima generale inclinato verso un'attribuzione di valore all'individualismo o talvolta persino all'egoismo sociale.

Tabella 13 – Disponibilità a svolgere attività di volontariato

Disponibilità personale a fare attività di volontariato	2023 (%)	2022 (%)	2021 (%)	2020 (%)
Sì, senz'altro	21,1	26,8	32,0	33,6
Sì, occasionalmente, di tanto in tanto	43,2	46,1	42,7	49,0
Sì, ma solo in caso di eventi eccezionali	25,8	15,1	18,4	13,9
No, in nessun caso	9,9	12,0	6,9	3,5
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: indagine Sociometrica, 2023

Come si è detto sopra, coloro i quali escludono in ogni caso di fare volontariato rappresentano meno del 10% della popolazione e si conferma una generalizzata attitudine in Toscana a fare volontariato che coinvolge circa il 90% della popolazione, dato estremamente significativo. Quello che cresce nel corso degli anni è la percentuale di persone che pensa di fare volontariato come attività limitata a casi di eventi eccezionali, il che torna coerente con l'appannamento della determinazione a fare volontariato come attività regolare e non "motivata" da fattori esterni, ma solo dalla scelta interiore di dare aiuto agli altri come componente del proprio modo di vivere.

È importante osservare le differenze che ci sono al di là della media generale, che in alcuni casi sono molto significative. Per quanto riguarda le classi d'età, abbiamo una concentrazione delle risposte favorevoli a fare "senz'altro" volontariato nella classe centrale d'età compresa tra i 55 e i 64 anni (Tabella 14), mentre l'anno scorso avevamo registrato quasi una legge di proporzionalità diretta tra classe d'età e disponibilità a fare volontariato: più si era adulti, più si era disponibili. Quel che si registra è una caduta delle intenzionalità dei più giovani (18-29 anni) a fare "senz'altro" volontariato: era il 20,3% lo scorso anno, è oggi del 15,9%, perciò con una riduzione significativa.

Un risultato per certi versi "curioso", ma non alla luce di quanto detto nelle pagine precedenti, emerge dall'analisi dei risultati secondo il genere degli intervistati. In particolare succede che le donne esprimano al contempo sia la massima disponibilità (rispetto agli uomini) a fare volontariato, ma anche la più netta diffidenza (sempre rispetto agli uomini). Abbiamo così che chi intende fare "senz'altro" volontariato sia il 17,8% degli uomini e il 24,1% delle donne. Di fronte all'opzione opposta, quella che indica che in nessun caso s'intende fare del volontariato, le risposte degli uomini si fermano al 7,0% e quelle delle donne arrivano al 12,6%. In sostanza, siamo di fronte a un piccolo dualismo dentro un dualismo più generale che abbiamo descritto in precedenza. Sembra perciò che i

dubbi e l'incertezza si manifestino più fra le donne che fra gli uomini. Allo stesso tempo fra le donne c'è il maggior entusiasmo a fare volontariato. È un aspetto contraddittorio della situazione generale che registriamo quest'anno.

Una tendenza particolare si rileva questo anno nelle risposte secondo il livello di istruzione: più aumenta il titolo di studio, meno è forte la sicurezza di fare volontariato. È una tendenza nuova: si vede che gli elementi di incertezza, prima descritti, incidono maggiormente nelle persone più colte, o meglio che seguono di più il mondo dell'informazione. Si dichiara "senz'altro" disposto a fare volontariato il 18,0% dei laureati e post-laureati, il 29,0% dei diplomati e in percentuali leggermente superiori nei titoli di studio inferiori.

Tabella 14 – Disponibilità a fare volontariato secondo l'età degli intervistati

Disponibilità a fare volontariato / classe d'età	18-29 anni	30-54 anni	55-64 anni	Oltre 64 anni
Sì, senz'altro	12,0	7,2	7,9	15,9
Sì, occasionalmente	62,0	64,6	58,5	54,0
Sì, in caso di eventi eccezionali	20,8	19,3	27,2	21,7
No, in nessun caso	5,2	9,0	6,4	8,4
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: indagine Sociometrica, 2023

Cerchiamo allora di capire, al di là delle questioni relative al "clima" generale del *sentiment* del paese, le ragioni specifiche per cui una parte della popolazione toscana ha dubbi o non pensa al volontariato. La prima motivazione è quella più diretta, immediata e anche più prevedibile: gli intervistati vorrebbero fare volontariato (o almeno non lo escludono), ma non hanno la concreta possibilità di farlo, per mancanza di tempo, di occasioni e di circostanze oggettive, non dipendenti dalla loro volontà. Questo tipo di risposta, se da un lato è del tutto attendibile e anche consueta, dall'altra non contiene alcuna critica o incertezza rispetto alle attività di volontariato, o meglio, rispetto all'impegno personale nel volontariato in sé. L'insieme in queste circostanze, che potremmo definire oggettive, coinvolge il 65,9% (Tabella 15) della popolazione, perciò l'assoluta maggioranza della popolazione. È da notare che il 24,8% adduce la difficoltà, o l'impossibilità, di fare volontariato a ragioni personali o familiari. Dato che erano previste fino a due risposte a questa domanda, non possiamo semplicemente sommarle, perché alcuni citano sia la mancanza di tempo che le ragioni familiari. La prima delle ragioni specifiche, cioè indicate con dettaglio, è una certa difficoltà a fare volontariato seguendo le regole delle associazioni, evidentemente ritenute, almeno da questa parte degli intervistati, non particolarmente attraenti o

condivise. Si tratta comunque del 13,3% di quanti hanno detto di non voler/poter fare “senz’altro” volontariato, vale a dire il 7,7%, se calcolato sull’intera popolazione. Siamo perciò davanti a una cifra modesta all’interno della popolazione toscana, tuttavia merita di essere citata proprio perché è la prima tra le ragioni specifiche.

Tutte le altre motivazioni addotte dagli intervistati come un impedimento, o quantomeno una difficoltà, a fare volontariato raggiungono percentuali poco consistenti. Ad esempio, chi teme di ritrovarsi, o di potersi trovare, in situazioni imbarazzanti rappresenta il 7,4%; chi sostiene di potersi trovare nella condizione di aiutare soggetti “sgradevoli” è il 2,2%; chi pensa che, facendo volontariato, possa essere criticato o malvisto dagli amici, ha ancora un peso minore: l’1,5%.

Tabella 15 – Ragioni che impediscono o rendono più difficile fare volontariato

Ragioni per cui non si fa volontariato regolarmente	valori %
Perché non ho abbastanza tempo o possibilità	65,9
Per ragioni personali o familiari che me lo impediscono	24,8
Perché dovrei sottostare alle regole delle associazioni	13,3
Perché preferisco curare miei interessi personali	8,5
Perché potrei trovarmi in situazioni imbarazzanti	7,4
Perché non credo nel volontariato	6,3
Perché non c’è il tipo di servizio di volontariato che preferisco	5,4
Perché sono stato deluso dall’attività di volontariato	4,9
Perché forse dovrei aiutare soggetti sgradevoli	2,2
Perché criticato o malvisto dagli amici	1,5

Fonte: Indagine Sociometrica, 2023

Ci sono, inoltre, due elementi che, sebbene anch’essi raggiungano cifre modestissime, meritano almeno di essere citati. Il primo riguarda il giudizio più negativo possibile, vale a dire “non credo nel volontariato”, che raggiunge il 6,3% e il secondo elemento riguarda il rifiuto dovuto a qualche esperienza negativa nel volontariato, e raggiunge il 4,9%. Anche in questi casi perciò il peso è minimo. Anche sommando i due dati (che comunque potrebbero teoricamente venire dalle stesse persone che potrebbero citarli entrambi), siamo intorno al 10%, per cui possiamo affermare che il 90% di quanti non fanno volontariato non hanno nulla in contrario rispetto al volontariato in sé. Il che torna in coerenza con quanto visto nel primo capitolo sul valore attribuito al volontariato. Ovviamente, la variabile che più incide nella trasformazione di una volontà generica, in un’attività reale, è la

determinazione soggettiva a farlo, oltre alle ragioni oggettive che vi si frappongono e che sono già state citate, di tempo, di opportunità e di assenza di vincoli familiari.

Infine, è da citare anche il 5,4% che motiva il non fare volontariato con la circostanza di non aver trovato finora il tipo di servizio giusto sul quale impegnarsi. Andiamo allora a esaminare quali sono i settori e gli ambiti entro cui chi non fa regolarmente volontariato, potrebbe farlo. Dato l'amplessissimo ventaglio di cui si compongono i contenuti del volontariato, è interessante capire come si orientano i potenzialmente interessati a fare volontariato con una certa regolarità

Al primo posto fra i settori in cui c'è il maggior interesse dei potenziali volontari, come lo scorso anno, c'è l'assistenza sociale con il 36,3%. Al secondo posto c'è l'impegno nel campo ambientale, con il 34,9%, perciò non lontano dall'assistenza sociale. Al terzo posto ci sono insieme la cultura, lo sport e la ricreazione che raggiungono il 21,9%, e superano la sanità scesa al 17,2%. Da notare due anni fa la sanità aveva maggiori preferenze rispetto alla cultura (Tabella 16). Da notare la riduzione dell'attenzione verso la cooperazione e la solidarietà internazionale e la crescita degli ambiti della religione e della coesione sociale.

Dal punto di vista tecnico si tratta di una domanda che prevedeva fino a tre risposte possibili, perciò l'ambiente e l'assistenza sociale sono spesso citate, anche se non sempre al primo posto. Questo si riscontra soprattutto per l'ambiente che è citato da molti, anche se raramente al primo posto, ma nell'ambito delle tre possibili risposte. Nel settore della cultura, sport e ricreazione, si verifica che spesso stanno al primo posto, ma non sono molto citati nell'ambito delle tre possibili risposte. È, in qualche modo, considerato un settore a parte.

Da notare due differenze rispetto allo scorso anno non troppo rilevati sul piano dei valori assoluti, ma importanti per la significatività del cambiamento da un anno all'altro. Si tratta dell'ambito della cooperazione internazionale, e in genere della solidarietà internazionale, che passa dall'11,7% al 7,0% e dello sviluppo economico e coesione sociale, che passa addirittura dallo 0,5% al 6,3%. La caduta generalizzata verso la dimensione internazionale l'avevano già riscontrata in occasione delle categorie a cui bisognava dedicare maggiore attenzione, quando gli immigrati erano percepiti meno importanti rispetto a un anno fa; mentre la crescita importante (relativamente al bassissimo dato degli anni scorsi) dell'attenzione verso i problemi di natura economica, come ambito in cui impegnarsi, è un po' la conseguenza dei disagi già registrati in precedenza, rivolta sia rispetto a sé stessi, sia rispetto al resto della popolazione. Si ricorderà che l'emozione verso i bambini che vivono in famiglie indigenti era al secondo posto, dopo gli ammalati e i disabili, come categoria meritevole dell'aiuto.

È interessante valutare queste risposte secondo alcuni criteri demografici, a partire dall'età (Tabella 16). Scopriamo così che:

- la cultura, lo sport e la ricreazione sono il contesto preferito dalle classi centrali di età, dai 30 ai 54 anni, così come l'ambiente, l'assistenza sociale e la religione nella classe d'età immediatamente più alta (55-64 anni);
- si delinea un profilo nettamente diverso per i più giovani, i quali sono pressoché gli unici a citare gli aspetti internazionali, così come prevalgono anche nell'istruzione e ricerca, nello sviluppo economico e nella filantropia. I giovani non disegnano però un approccio al volontariato completamente nuovo, o rovesciato rispetto alle altre classi di età, ma certo aggiungono delle caratteristiche che sono precipuamente loro, soprattutto se considerate nel loro combinato disposto.

Si tratta comunque di indicazioni di carattere generale, perché per ogni settore corrispondono varie modalità di fare attività di volontariato, anche nello stesso ambito, soprattutto nel campo dell'assistenza, dell'ambiente e della filantropia.

Tabella 16 – Settori preferiti del volontariato secondo l'età degli intervistati

Settore preferito del volontariato /classe d'età	18-29 anni	30-54 anni	55-64 anni	Oltre 64 anni
Cultura, sport e ricreazione	17,6	31,5	20,6	12,1
Istruzione e ricerca	16,9	14,4	9,7	9,6
Sanità	20,1	18,0	20,2	13,3
Assistenza sociale e protezione civile	22,3	42,9	37,2	33,4
Ambiente	37,5	41,0	21,0	33,9
Sviluppo economico e coesione sociale	11,4	4,6	5,9	6,4
Tutela dei diritti e attività politica	7,5	7,1	8,5	7,1
Filantropia e promozione del volontariato	14,0	4,6	3,5	3,5
Cooperazione e solidarietà internazionale	18,0	3,9	9,4	4,8
Religione	2,9	5,4	6,8	4,2

Fonte: indagine Sociometrica, 2023

È interessante vedere le preferenze del settore dove esercitare attività di volontariato rispetto al genere degli intervistati. Si vede così che verso il settore della cultura, dello sport e della ricreazione c'è una netta preferenza degli uomini rispetto alle donne (28,2% contro il 16,0%); lo stesso accade verso la tutela dei diritti politici (11,8% contro il 3,3%). Al contrario, è netta la preferenza femminile

nei campi della sanità e in quello religioso (rispettivamente, 22,3% contro l'11,8% e 7,2% contro il 2,6%), mentre su tutte le altre aree non ci sono particolari distinzioni da segnalare.

La disponibilità di contribuire economicamente alle attività delle associazioni di volontariato può essere precisata anche in relazione al tipo di organizzazione da sostenere. Nella nostra ricerca abbiamo presentato tre opzioni: i) fare attività presso le associazioni locali che già si conoscono direttamente e personalmente; ii) presso associazioni locali che si ha la possibilità di conoscere, controllare, valutare di persona; iii) fare attività presso grandi associazioni riconosciute al livello globale che hanno anche dei *brand* molto forti.

La preferenza dei cittadini della Toscana non lascia dubbi e si rivolge verso le associazioni locali: il 47,9% (Tabella 17) dice di essere pronto a fare volontariato (o a sostenere) le associazioni che “conoscono personalmente e direttamente”. Da notare che, rispetto allo scorso anno, c'è una leggera riduzione, perché era del 51,3%; il 20,8% si dice disposto a farlo sempre verso associazioni locali, anche se non le conosce (ma potrebbe facilmente conoscerle) e il 13,0% preferisce le grandi associazioni internazionali con *brand* molto noti. Da notare, inoltre, che il numero di persone che non è disposto a sostenere in nessun modo le associazioni di volontariato è passato dall'11,5% dello scorso anno al 13,3% di quest'anno, un ulteriore segno del disorientamento di cui più volte si è detto. Nonostante tutto, quasi il 90% della popolazione della Toscana intende in qualche modo sostenere il volontariato e sempre più le associazioni locali.

Tabella 17 – Preferenze di sostegno verso il tipo di associazione di volontariato

Tipo di associazioni di volontariato preferite	2023 (valori percentuali)	2022 (valori percentuali)
Associazioni locali che conosco personalmente	47,9	51,3
Associazioni locali facili da conoscere	20,8	24,2
Grandi associazioni con <i>brand</i> globali	18,1	13,0
Nessuna associazione di nessun tipo	13,3	11,5
Totale	100,0	100,0

Fonte: indagine Sociometrica, 2022-23

Sintetizzando i contenuti di questo capitolo, possiamo affermare che di fronte a una difficoltosa situazione complessiva del Paese, che si riverbera anche in Toscana, vi è un leggero affievolimento della tensione positiva verso il volontariato, che non ne inficia però gli assunti fondamentali. C'è la riduzione di cinque punti percentuali

nella disponibilità a fare volontariato, ma si colloca comunque su una soglia molto elevata, il 21,1%, vale a dire che più di un residente in Toscana su cinque è disponibile, almeno in via generale, a svolgere attività di volontariato. Non c'è un'indagine analoga per le altre regioni del Paese, ma l'impressione è che non sia facile riscontrare una percentuale così elevata dappertutto.



## 7. Conclusioni: la forza delle volontà soggettive

Il volontariato, come l'etimologia della parola stessa suggerisce, è essenzialmente un atto di volontà personale. Non si può obbligare per legge a prestare volontariato; allo stesso modo, non si può obbligare nessuno a farsi assistere, o a farsi aiutare. È tutta una materia che esce da ogni vincolo "oggettivo" e si fonda totalmente sulla volontà di chi aiuta e sulla volontà di farsi aiutare. È vero che esistono - eccome se esistono - le associazioni di volontariato, che provvedono a strutturare, organizzare e incanalare le volontà, ma il fenomeno resta sempre ancorato alle volontà singole, in una parola alla soggettività, al sentire che un compito sociale è dovuto, non in base a qualcosa di esterno, ma in base a qualcosa di interno, che ciascuno sente dentro sé e poi esprime attraverso la disponibilità a offrire un aiuto agli altri, nelle molteplici forme in cui questo può avvenire. Se questo è il contesto entro cui il volontariato nasce, cresce e si sviluppa, è inevitabile che sia influenzato (e, a sua volta, influenzi) il sentimento sociale prevalente, i suoi cambiamenti, così come i suoi arretramenti.

Lo studio ci dice che siamo proprio in uno di quei momenti di arretramento, congiunturale probabilmente, accidentale forse, in cui la società si sente meno portata a esprimere un sentimento di solidarietà nella stessa misura in cui si esprimeva anche poco tempo fa. Non è un fattore strutturale (e vedremo perché), ma congiunturale, eppure fa sentire il suo impatto.

Come si è visto dalle numerose analisi qui presentate e dalla lettura dei dati che vi sono connessi, si tratta di un affievolimento, non di una caduta di interesse verso il volontariato, per altro in una regione che, come dimostrano le tre passate edizioni di questa ricerca, ha sempre mostrato una fortissima tendenza alla solidarietà in generale, e al volontariato in particolare. Il fattore che sembra incidere maggiormente a formare questo clima un po' meno favorevole al volontariato, è la maggiore attenzione verso il sé più prossimo, verso sé stessi e la propria famiglia, che sembra togliere un po' dell'emozione da dedicare ai cerchi via via più lontani.

Incidono anche gli effetti mediatici negativi di casi giudiziari di alcuni usi strumentali dei termini di volontariato da parte di soggetti lontani da questo mondo. Questa influenza mediatica ha indotto dubbi e perplessità che poi, inevitabilmente, seppure in maniera marginale, hanno creato incertezze rispetto al mondo del volontariato.

Perché gli elementi qui descritti non inducono al pessimismo? Ci sono molte ragioni, come la tradizione solidale della Toscana molto ramificata; un livello comunque

elevatissimo di riconoscimento del valore del volontariato; ma soprattutto alcuni fatti che si possono evincere da questa stessa indagine. Ad esempio, c'è una grande propensione della popolazione al dono: aiutare famiglie bisognose, donare il sangue, partecipare a programmi di assistenza sociale e così via. Non solo è alto il numero delle persone che fa già, al livello individuale, oltre che organizzato, queste attività benefiche, ma è altrettanto alta la disponibilità a farle nel futuro prossimo, al verificarsi di condizioni oggettive e soggettive che lo permettano.

L'aspetto che, oltre a quello menzionato, induce all'ottimismo è dato in questa stessa ricerca dal confronto tra la percezione del valore delle associazioni del volontariato e dei volontari stessi. In via teorica non dovrebbe esserci differenza nella percezione delle organizzazioni e degli organizzati. Invece, troviamo una certa differenziazione dei giudizi: mentre l'ombra sulle associazioni determina un piccolo calo del giudizio di valore, questo non succede affatto sugli associati, vale a dire sui volontari, che anzi sono percepiti ancora meglio dei livelli, pur estremamente lodevoli, dei precedenti anni. Succede in molti casi quando si analizzano fenomenologie sociali molto discusse sul piano dell'opinione pubblica, che la percezione sia influenzata dall'onda superficiale spinta dai meccanismi mediatici, soprattutto di quelli digitali, che spingono verso la polarizzazione delle opinioni e anche dei sentimenti. Quando, invece, il *focus* non va sulla discussione generale, appunto "ideologica", ma sulla concretezza dei fatti e delle persone, allora succede che i giudizi siano differenti.

Nella ricerca sono emersi anche elementi oggettivi di difficoltà della società toscana, legati alla situazione economica, agli sconvolgimenti del biennio Covid e alle trasformazioni che ha comportato in molti campi, non ultime sulle relazioni umane. Queste difficoltà non possono che richiamare, al di là delle politiche dei decisori pubblici, l'assunzione di responsabilità, individuale e collettiva, affinché si possa uscire dalla congiuntura con una società più solidale e possibilmente più felice. Per raggiungere questo obiettivo, come ampiamente affermato dagli intervistati, il ruolo del volontariato è fondamentale, perché è uno dei pochi modi attraverso cui si può sopperire alle divisioni sociali e alle difficoltà economiche del momento.

Il volontariato, come detto all'inizio, è l'incontro tra le volontà soggettive di chi offre aiuto e chi lo domanda. L'esistenza e moltiplicazione di queste relazioni, al di là dei contenuti e dei benefici concreti raggiunti, è il modo attraverso cui la società toscana può rafforzare la sua coesione. La percezione del volontariato è sempre una prospettiva privilegiata per osservare quel che succede nella società e per capire i suoi sentimenti prevalenti.

## 8. Nota metodologica

Il presente Rapporto raccoglie i risultati di una indagine demoscopica realizzata presso un campione rappresentativo della popolazione della regione Toscana superiore ai 18 anni. La numerosità campionaria è stata di 800 casi (800 interviste a buon fine) composta in funzione della provincia di residenza (10 classi), della classe di età (4 classi), del genere (2 classi), del titolo di studio (4 classi) e della condizione professionale (8 classi). Le interviste sono state realizzate nell'ultima settimana di gennaio e nel febbraio 2023.

Tab. 19 – Popolazione della Toscana superiore a 18 anni\*

		18-29 anni	30-54 anni	55-64 anni	>64 anni	Totale
Firenze	Maschi	58.210	172.761	64.931	109.295	405.197
	Femmine	54.307	180.055	70.876	146.101	451.339
Prato	Maschi	15.431	46.406	16.143	24.850	102.830
	Femmine	14.266	47.097	17.494	32.307	111.164
Pistoia	Maschi	16.399	50.101	19.629	31.979	118.108
	Femmine	15.411	52.043	20.926	41.732	130.112
Siena	Maschi	15.558	44.982	17.396	30.210	108.146
	Femmine	14.174	46.672	19.097	39.267	119.210
Pisa	Maschi	24.116	74.738	27.227	44.342	170.423
	Femmine	22.171	74.481	29.290	57.706	183.648
Arezzo	Maschi	20.179	59.022	22.846	38.521	140.568
	Femmine	18.441	60.040	24.321	48.000	150.802
Massa	Maschi	10.643	33.134	14.223	22.437	80.437
Carrara	Femmine	9.773	33.017	15.190	29.918	87.898
Lucca	Maschi	21.853	66.154	26.950	43.216	158.173
	Femmine	20.004	67.986	28.583	56.391	172.964
Grosseto	Maschi	12.265	36.934	15.385	26.622	91.206
	Femmine	11.163	37.683	16.980	34.168	99.994
Livorno	Maschi	18.309	56.682	22.652	39.114	136.757
	Femmine	16.489	57.872	24.848	50.912	150.121
	Totale	409.162	1.297.860	514.987	947.088	3.169.097

Fonte: ISTAT, 2022

Il metodo di contatto e tecnica di rilevazione. Interviste effettuate con il sistema CATI (Computer Aided Telephone Interview) e CAWI (Computer Aided Web Interview) per mezzo di un questionario strutturato, preventivamente concordato con Cesvot.

Gruppo di lavoro. Le interviste sono state effettuate da intervistatori professionisti, preventivamente formati allo svolgimento del lavoro per mezzo di apposite sessioni di briefing. Il gruppo di lavoro per le interviste è stato coordinato da un Responsabile del Field.