

Si chiamerà "Shiny Note" e sarà pronto tra poche settimane, abbracciando un mondo rilevante in Italia. Sarà un social network utile a chi vuole raccontare belle storie o entrare in contatto con il mondo non-profit

Donazioni e volontariato è il Facebook della bontà

CINZIA SASSO

MILANO

Il Facebook della bontà sarà pronto tra poche settimane. Si chiama Shiny Note, ed è un progetto che ha l'ambizione di conquistare il mondo, partendo, stavolta, dall'Italia. Se Time ha incoronato il ragazzino Marck Zuckerberg come uomo dell'anno, inventore di una rivoluzione nel modo di comunicare, il nuovo social network che alla fine di gennaio sarà operativo su internet, ha tutte le caratteristiche per essere la novità di questi anni. Sul sito, che non è ancora operativo, ma che ha già raccolto un piccolo drappello di sostenitori, viene spiegato così: «Abbiamo immaginato un social network fondato su basi etiche. Lo abbiamo costruito intorno alle storie delle persone, e lo abbiamo destinato a coloro che sanno rintracciare nel quotidiano una scintilla di speranza». Su Facebook si cercano i vecchi compagni di scuola, su Shiny Note di troveranno, come in un salotto virtuale, gli amici con i qua-

“Tutto si fonderà su basi etiche e sarà destinato a chi ha ancora una scintilla di speranza”

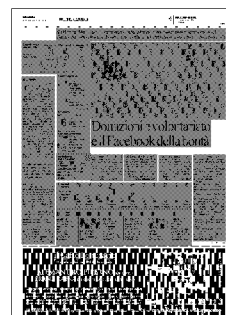
li lavorare.

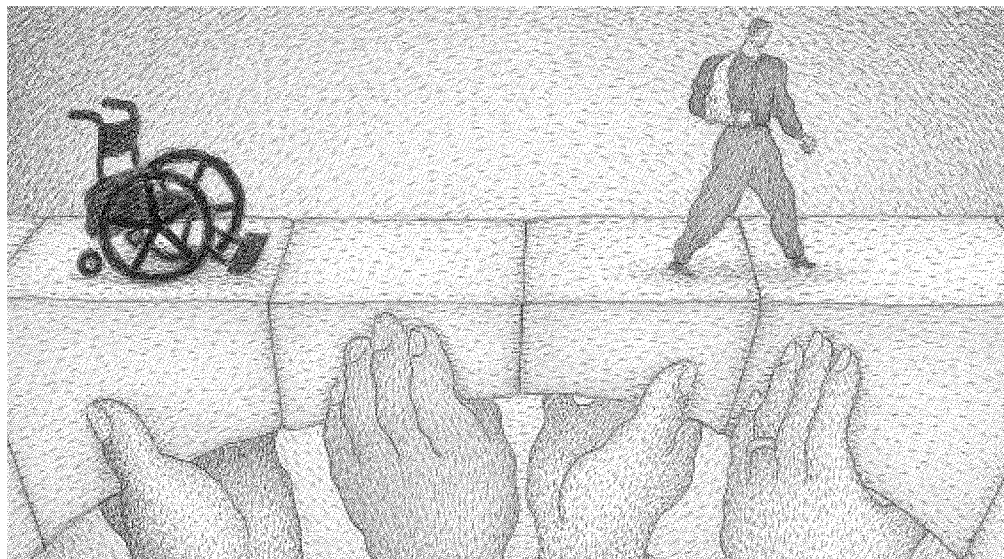
Gli strumenti di scambio restano quelli universali della rete; ma l'obiettivo è completamente diverso. Basta chiacchiere «da bar» trasferite sul pc. I «mi piace», non saranno riservati alla Nutella o alla Coca Cola, ma andranno a premiare i progetti migliori. Perché nella società afflitta dalla crisi economica globale, nel mondo alle prese con la necessità di ridisegnare il welfare, Shiny Note vuole essere uno strumento per intervenire sulla realtà. Per aiutare i tanti che hanno bisogno da una parte; e per consentire a chi vuole fare qualcosa per il bene collettivo di trovare il suo posto dall'altra. Soprattutto, vuole essere un faro acceso sulla speranza di costruire un mondo migliore. In Italia si tratta di una realtà di grande rilievo: l'8 per cento della

popolazione dai 14 anni in su (4 milioni di persone, secondo i dati Istat del 2002), lavorano per gli altri, con un incremento a partire dal '97 del 55 per cento. Sono le regioni del Nord Italia ad essere quelle più generose, con il Trentino Alto Adige che guida la classifica (21 per cento), seguito dal Veneto (oltre il 14), dal Friuli e dalla Lombardia (10 per cento). Il problema non è la volontà di partecipare; spesso è la difficoltà a far incontrare domanda e offerta e naturalmente il finanziamento.

Il Facebook della bontà è stato battezzato così perché è destinato alla solidarietà, al no-profit, a quello che oggi tutti indicano come il fattore determinante del futuro, il Terzo Settore. La piattaforma vuole essere il luogo di incontro e di scambio tra privati, aziende, istituzioni, associazioni. E se il web funziona per la scelta di un viaggio da fare o di un film da vedere, gli organizzatori scommettono che funzionerà anche per i progetti cui contribuire. In tempi di crisi le attività di volontariato da un lato sono più necessarie, dall'altra più difficili. Le tariffe postali agevolate sono state annullate e una spedizione costa cinque volte più di prima; i contributi del 5 per mille sono stati cancellati azzerando, talvolta, i budget delle associazioni; sulla vendite per beneficenza i costi pesano in media fino al 30 per cento. Ogni donazione fatta attraverso l'acquisto di un'azalea comporta 87 centesimi di spesa per ogni euro raccolto.

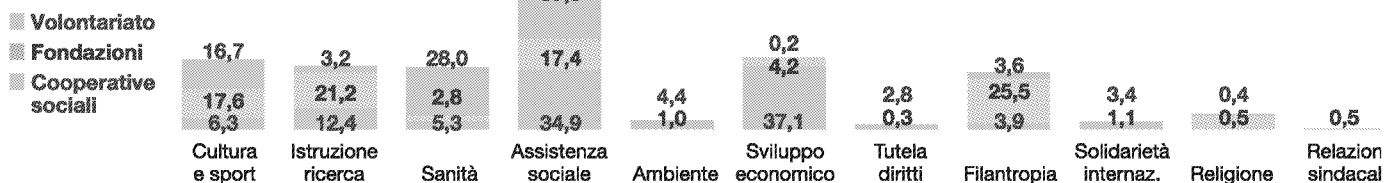
Ma soprattutto quello che renderà Shiny Note diverso, è la sua filosofia: sarà l'unico angolo del web dove passano solo le buone notizie. Saranno le singole, vere, storie a muovere la voglia di impegnarsi, classificate sulla base delle preferenze degli utenti. Storie saranno i racconti degli utenti, ma anche i progetti delle organizzazioni sui quali sarà possibile attivare una raccolta di tempo o di denaro. Nella rilevazione della fiducia, gli italiani hanno collocato la rete del volontariato al secondo posto. E lo slogan di Shiny Note ha la possibilità di essere vincente: «Cambiamo il mondo, una storia alla volta».



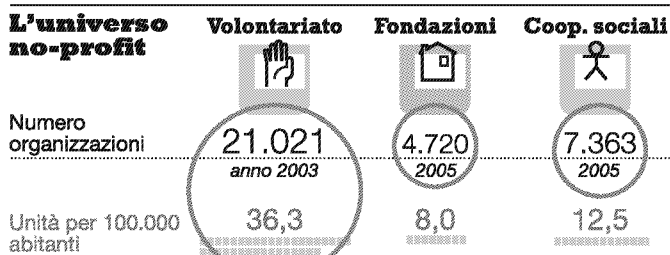


I settori

Apporto in %

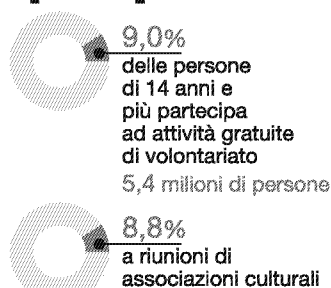


L'universo no-profit

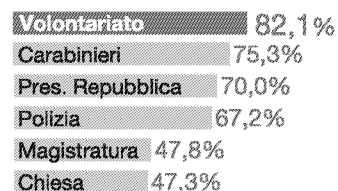


Solo associazioni di volontariato iscritte ai registri regionali al 31/12/2003

I partecipanti



La fiducia dei cittadini



Fonte: Istat 2008

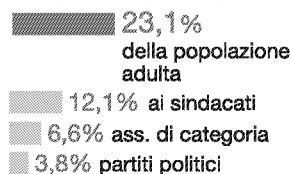
Il lavoro

800.000 posti di lavoro



Fonte: Unioncamere 2007

Le iscrizioni alle associazioni



Le tappe

LE ORIGINI

Il Terzo Settore in Italia, almeno per il volontariato, ha le sue radici in esperienze avviate nel XIII - XIV secolo



IL CENSIMENTO

Nel 2001 l'Istat fa la prima raccolta di dati sul non profit

IL NORD

Nel Nord le attività di volontariato coinvolgono l'11,9% dei cittadini dai 14 anni in su, 7,8% nel Centro e 5,8% nel Sud (Istat)

IL 5 PER 1000

I contribuenti che hanno indirizzato la quota delle tasse verso il Terzo Settore e la ricerca scientifica nel 2006 sono stati i 2/3 del totale



LE RETI

150-200 le reti nazionali del Terzo Settore

IL CONTRIBUTO

Il 15,8% dei cittadini versa dei soldi a un'associazione (circa 9,5 milioni di cittadini) pur senza partecipare attivamente. (Istat)