

L'idea La Croce Verde diventa fumetto «Così proviamo a cercare volontari»

Nel 2019 ente in difficoltà per la crescita di servizi

«Puntiamo a raccontare l'associazione a 360°»

Tavole in realizzazione. Poi campagna sui social

■ Un fumetto che racconti le attività quotidiane della Croce Verde. Non solo i compiti assegnati ai militi ma anche i momenti in comune, la socializzazione. Poi una campagna social per attrarre attenzione. La pubblica assistenza di largo 11 gennaio prova ad affrontare il problema principale dell'associazione in questi ultimi anni: la carenza di volontari. L'obiettivo è quello di attrarre nuove forze sempre più necessarie in un panorama in cui i servizi si allungano, il territorio da coprire si allarga, le persone disponibili scendono.

Appello comune

Nel corso del 2019, per la prima volta la Croce si è trovata nella situazione di non poter assicurare la copertura di tutte le notti attraverso l'opera dei volontari. Tutto questo in un panorama in cui gli interventi in emergenza sono cresciuti. I primi dati parlano di

un totale di 1.871 interventi e di 82.463 chilometri percorsi in "emergenza sanitaria", (+7.630 rispetto al 2018). A questi si aggiungono gli interventi di notte con il mezzo messo a disposizione quando si trovano a volontari: 300 per un totale di 14.473 chilometri. «Lo zoccolo duro - spiega Antonio Barbieri, vice presidente della onlus - cala. Le incombenze sono più impegnative. Da gennaio dobbiamo fare i conti anche con la perdita dei giovani del servizio civile. Organizzare i servizi ordinari è diventato difficile». L'alternativa potrebbe essere il coinvolgimento di nuovi volontari, senza la necessità del corso per le mansioni che non lo richiedono. In questo modo potremmo dedicare i militi ai trasporti più complessi».

Made in Croce

Per la realizzazione del fumetto si è messo in moto un

gruppo di lavoro che comprende diversi militi, ognuno utilizzato in base alle sue pas-

In 12 mesi più di 2.300 interventi in emergenza E da gennaio manca anche il servizio civile

sioni e preferenze. «Vogliamo - spiegano - dare un'immagine reale di quanto succede. Non solo servizi ma anche momenti diversi. Il motivo è sempre lo stesso: se ognuno si fa carico di pochi interventi, il carico di lavoro si distribuisce e diviene più gestibile». Il tutto verrà riportato nelle tavole in preparazione: i disegni saranno la base del restyling del sito internet e della campagna social volta a coinvolgere una fascia della popolazione più giovane. Si punta a Facebook ma anche a Instagram e Whatsapp.

EDOARDO SCHETTINO



LAVORO DI SQUADRA Un gruppo di militi a una recente inaugurazione di un mezzo per il soccorso avanzato e i volontari in servizio domenica scorsa

