

Giorgio Groppo

# IL VALORE ECONOMICO DELLA GRATUITÀ

I BENI RELAZIONALI,  
LA GRATUITÀ COME VALORE  
E L'ETICA DEL VOLONTARIATO



IL VALORE ECONOMICO DELLA GRATUITA'  
Progetto promosso dal Collegamento  
“Insieme per la Sussidiarietà”

Si ringrazia in modo particolare  
per la consulenza e per la revisione critica del testo,  
il Dr. Renato Frisanco, responsabile del settore  
Studi e Ricerche della Feo-Fivol.

VSSP  
Via Toselli, 1  
10129 Torino  
Tel. 011/5816611  
Fax 011/5816612  
e-mail: [centroservizi@vssp.it](mailto:centroservizi@vssp.it)

Torino, Aprile 2008

© 2008 by Giorgio Groppo

All rights reserved  
E' vietata ogni forma di riproduzione  
non autorizzata, anche parziale.

## INDICE

<b>Presentazione</b>	pag. 5
<b>Prefazione</b> (Silvio Magliano)	9
<b>Introduzione</b> (Alessandro Meluzzi)	13
<b>Parte Prima</b>	
<b>IL VALORE ECONOMICO DELLA GRATUITÀ</b>	<b>23</b>
Cap. 1 - Il valore economico della gratuità	25
Cap. 2 - Il coinvolgimento del personale d'impresa nella comunità	31
Cap. 3 - La Banca del Tempo	49
Cap. 4 - Banca Etica	61
<b>Parte Seconda</b>	
<b>ETICA E VOLONTARIATO</b>	
<b>O ETICA NEL VOLONTARIATO?</b>	<b>69</b>
Cap. 5 - Il Concetto di volontariato	71
Cap. 6 - Le Trasformazioni del mondo del volontariato	77
Cap. 7 - C'è un'etica nel Volontariato?	91
Cap. 8 - Etica del volontariato ed etica nel volontariato	97
Cap. 9 - La Responsabilità sociale	103
Cap. 10 - La responsabilità sociale di una Organizzazione di Volontariato	107
Cap. 11 - La gratuità e il dono	113

Cap. 12 - Il nuovo volto del volontariato	123
Cap. 13 - Conclusioni	133
<b>Post Scriptum</b>	<b>139</b>
<b>Postfazione</b> (Renato Frisanco)	143
<b>Allegati</b>	
- Carta Valori del Volontariato	171

## PRESENTAZIONE

Negli ultimi tre anni 15 italiani su 100 hanno svolto attività riconducibili al volontariato. E tra quelli che non l'hanno praticato mai, il 41% conosce almeno un volontario. Sono i dati emersi dal sondaggio IPR Marketing sul mondo del volontariato, pubblicato oggi nel dossier del "Sole 24 ore" del lunedì e riportato dall'agenzia Dire.

Il 43% delle persone che volentieri si impegnerebbero nel volontariato punta sull'accoppiata sociale-sanità, in particolare donne, anziani e soggetti con un titolo di studio inferiore. La protezione dell'ambiente e degli animali, la ricreazione e la cultura interessano, invece, di più i giovani. Gli uomini sono coinvolti, in particolare, dalla protezione civile allo sport, mentre sono le donne ad essere protagoniste, quando si tratta di ascolto del disagio psicologico. Per il 51% è preferibile l'impegno in un'associazione religiosa, ma anche quelle laiche raccolgono una buona percentuale di adesioni (37%). Tra tutte le organizzazioni che si occupano di volontariato, la Caritas è quella che risulta essere più conosciuta (17%), seguita dal Telefono Azzurro (13%) e dall'Unicef (10%). Ma, sulla scelta delle dimensioni, sono preferite le associazioni più

“piccole” della propria città. Infine, sono ben 62 su 100 le persone che hanno versato almeno un contributo a favore di una campagna di volontariato.

Dalle statistiche riportate traspare un dato estremamente significativo e abbastanza confortante, ma agli addetti ai lavori non sembra così, perché mentre c'è nelle persone una propensione alla solidarietà “marginale” e “sporadica”, fatta di gesti legati non alla continuità ma a seguito di un evento che ha interessato anche solo emotivamente la persona in modo particolare che ha praticato il gesto, viene a mancare sempre più un volontariato continuativo.

Il presente volume si divide in due parti : la prima è dedicata alla gratuità come valore, anche nell'attività professionale, contro il rischio di una società che si chiude sempre più in se stessa, dove i beni di consumo cercano di sovrastare i beni relazionali, mentre la seconda parte è dedicata all'etica della responsabilità del volontariato specifico.

Nel no profit più in generale ma anche nel volontariato, è sempre più esigente un'etica della responsabilità.

La responsabilità ha assunto, in questi ultimi decenni, una sempre maggiore valenza e centralità. Hanno contribuito, da un lato, il consolidarsi del primato della persona e, dall'altro, la

consapevolezza della complessità e della eterogeneità dei processi sociali ed economici in atto; processi che esigono, per la loro governabilità, forme nuove di partecipazione e di coinvolgimento.

L'orizzonte universalistico della responsabilità determina un significato nuovo dell'agire sul piano personale, facendo propri stili di vita diversi, compatibili con il rispetto, ma determina anche, necessariamente, l'esigenza di partecipare più direttamente ad un'azione politica che muova da presupposti alternativi a quelli dell'attuale sistema economico.

Si tratta, in altri termini, di esercitare una responsabilità sociale in cui la solidarietà non sia incentrata solo sul paradigma dello scambio e della reciprocità, ma su un atteggiamento di apertura incondizionata all'altro nella logica della gratuità e del dono.

Nello stesso tempo, il volontariato non può non collegarsi ad un nuovo modello di cittadinanza. Esso può e deve esplicitare la sua azione politica, soprattutto attraverso un'opera di coscientizzazione, un'azione propositiva e di pressione per la costruzione di scelte politiche ispirate ai principi della reciprocità e della cooperazione. E', allora, in questa prospettiva che va colto anche il ruolo del volontariato nella cooperazione internazionale.

Una via strategica e cruciale, perché il volontariato possa svolgere il suo compito di promuovere l'intera società e farla crescere nella direzione di una cultura della solidarietà, è la formazione.

Aprile 2008

Giorgio Groppo



## PREFAZIONE

“Il Valore economico della gratuità” è un titolo che provocatoriamente dice di un’attenzione precisa e puntuale su un tema che si appresta a diventare centrale nel dibattito sul volontariato e l’amico Giorgio Groppo non poteva che non provare, da par suo, a introdurci in modo ragionato ed attento su questo argomento così attuale.

Il valore della gratuità è riconosciuto da tutti, non pone problemi di sorta, non scomoda, anzi è necessario apprezzarlo e invocarlo come tale ogni qual volta ci siano bisogni reali a cui rispondere. La gratuità è il punto di partenza per una convivenza civile, è la base di una democrazia che vuol definirsi tale, è, insomma, un motore insostituibile per la ricerca del bene comune.

Altra questione è riconoscere un valore economico alla gratuità, riconoscerlo non vuol dire solo monetizzarlo o cercare di renderlo quantificabile, ma comprenderne l’apporto e l’utilità per la società.

Un sano realismo porta a comprendere bene che se tutto il mondo del volontariato si fermasse o smettesse di esistere lo Stato e le Istituzioni, per rispondere agli stessi bisogni, dovrebbero affrontare costi di una rilevanza enorme e forse non sostenibile.

Questo dato, sempre più certificabile e calcolabile, porta ad aprire una riflessione importante sul rapporto che deve instaurarsi tra il volontariato e le Istituzioni.

Affinché il rapporto tra il volontariato e le Istituzioni sia vero, reale e proficuo è necessario che la sussidiarietà diventi, oltre che un'esortazione evocativa di principi giusti, una reale pratica di strutturazione delle politiche e della gestione del danaro pubblico destinato al sociale.

E' necessario che il riconoscimento di quello che la gente costruisce con affetto e dedizione per rispondere alle esigenze dei più bisognosi sia sempre più valorizzato sia in termini di riconoscimento giuridico sia in termini economici.

C'è bisogno di impianti legislativi e pratiche di governance che riconoscano il volontariato non "una tantum", ma sotto forme ragionate e intelligenti di convenzione che permettano alle associazioni di esistere e continuare nella grande opera di carità che svolgono quotidianamente.

Questo libro va al cuore della questione e ne fa emergere i lati più belli e particolari con un approccio documentato e consapevole dell'importanza di questa parte di società che non si rassegna allo "status quo", ma che cerca sempre una terza via per migliorare il posto in cui vive e la vita delle persone.

Mi auguro che si moltiplichino momenti di riflessione e di approfondimento sul tema del valore della gratuità poiché permettono a tutti di raggiungere maggiori certezze e consapevolezze

sul ruolo strategico che la cittadinanza attiva e la responsabilità sociale avranno per la costruzione del bene comune.

Silvio Magliano  
Portavoce di “Insieme per la Sussidiarietà”



## INTRODUZIONE

Forse non ne siamo ancora ben consapevoli, ma il volontario compie oggi qualcosa di davvero indispensabile in un mondo sempre più squilibrato, a dispetto di una globalizzazione che dovrebbe sanare le disarmonie geopolitiche invece di fomentarle. Quanto nel *welfare state* era dato a ognuno di noi non sarà più garantito in futuro, e saranno allora il volontariato e la solidarietà diffusa a rendere possibile la necessaria assistenza e accoglienza dei più bisognosi, in una società che verrà pertanto a qualificarsi come *welfare community*. Si tratta, in questo senso, di un volontariato che si avvia a diventare *necessariato*, in quanto forma di supporto sociale di cui non si potrà più far a meno.

Il mondo è più povero e più triste di quanto noi immaginiamo. Per questo dico che oggi è il tempo dell'amore volontario. Il volontariato è appunto il luogo principe dell'amore volontario, che non è qualcosa di accessorio: è imperativo categorico per chi lo vive, ed è necessità per chi lo riceve. E se ci domandiamo chi è il volontario, non si può prescindere dalla sua peculiare soggettività. Se dovessi chiedere da uomo, da psicologo, da psicoterapeuta e da amico a ognuno dei volontari cosa lo spinga in questa direzione,

otterrei innumerevoli risposte diverse: perché esistono infinite sfumature e chiaroscuri nel silenzio della coscienza di ognuno di noi che ogni giorno fa qualche cosa gratuitamente per qualcun altro. Già nella radice della parola stessa, *voluntas*, emerge l'idea di qualche cosa che ha a che fare con la libertà, con il dono e la condivisione. E con la gratuità, necessariamente.

Cosa porta oggi il volontario a un tale incontro con il dolore?

Troppe volte noto una preoccupazione quasi ossessiva di sbandierare che non si fa volontariato per una soddisfazione o una gratificazione personale, ma sempre e soltanto per la necessità di servire l'altro. Se sul piano etico questa è l'ovvia pre-condizione per qualsiasi attività di servizio, in realtà ciò vale per tutte le attività umane, iniziando dall'amore, per esempio quello di coppia. Così la pre-condizione di ogni atto d'amore è che colui che ama ami anzitutto partendo dalla necessità di donarsi. Chi di noi accetterebbe l'idea di vivere un rapporto di coppia, un matrimonio o una relazione genitoriale o filiale animati solo dalla volontà di soddisfare se stessi? Ma anche il tecnico delle caldaie, il medico o il postino, fanno bene il proprio lavoro solo nei momenti in cui vi aggiungono una quota di volontariato, cioè un surplus di dedizione, sensibilità, disponibilità, tempo che va al di là del contratto formale che hanno stipulato con i propri clienti/committenti. Se questo non accade, le

cose non funzionano. Il volontariato è anzitutto un atteggiamento, una sorta di fuoco sacro che dovrebbe permeare ogni nostra azione, se vogliamo vivere in un mondo meritevole di essere vissuto.

Nel suo percorso di servizio e assistenza al prossimo, il volontario incontra una grande opportunità per attribuire un senso al suo cammino: l'opportunità preziosa di vivere l'amore. E per far vivere l'amore occorre essere in due, poiché l'amore contiene in sé il concetto di reciprocità. Il volontariato è speciale e prezioso proprio perché centra il problema del dolore e dell'incontro con l'altro. Così può esserci amore solo dov'è presente la dimensione dell'incontro e quella del mistero: il mistero dell'incomprensibilità del dolore che i volontari si dispongono a frequentare; e il mistero di una profonda, sofferta intersoggettività, di un incontro che non è solo curiosità e affezione verso l'altro, ma è assunzione di responsabilità.

Questi due misteri s'incontrano nella parola che li riassume e che è la parola 'amore'. Parola che contiene in sé la radice *a-mors*: senza morte, al di là della morte; amore come dimensione che travalica e supera il confine della morte e che sfida il non senso dei non sensi, ossia la limitatezza umana e lo scandalo del dolore. E di fronte al mistero dell'amore e della morte, parole speculari che rimandano l'una all'altra, la vera capacità di un operatore o di un volontario è quella dell'accoglienza. Il samaritano che raccoglie il

depredato sulla via di Gerico fa una cosa che è normale nel mondo: provare identificazione rispetto a chi soffre non è cosa straordinaria, ma naturale, anche se spesso la nostra coscienza ottusa rinuncia a farlo. Provare empatia e donare aiuto non è affatto un comportamento improbabile e svantaggioso, ma è un naturale dispiegarsi di un modo di essere della natura umana, e in generale della natura dei mammiferi; sono quindi modi di essere radicati anche nella storia della nostra evoluzione.

Ri-scoprire una cosa naturale è davvero la chiave di una riconversione della vita e si presenta nelle forme misteriose del sofferente che scruta nella profondità dei nostri occhi. Questo è il motore fondamentale del volontariato. Il volontariato attinge al superiore evangelo della sofferenza. Nuota come un pesce nell'acqua del dolore e della fatica umana. E nella dimensione dell'incontro tra la propria sofferenza e quella degli altri, il volontario scopre la ragione di questo suo amare, che non è l'incontro tra la sua forza generosa e la debolezza dell'altro, che non è la salvezza attraverso le opere buone. La ragione sta invece nella capacità di salvare e santificare ogni cosa che si fa. Perché non sono le opere che ci salvano (in una sorta di grottesca patente a punti della salvezza), siamo invece noi a dover salvare quel che facciamo. Ciò che siamo è davvero un lievito che cambia la miscela delle interazioni umane in cui siamo immersi. Il volontario è il vero apostolo di qualche cosa senza più distin-



zione tra egoismo e generosità, tra atteggiamento oblativo e donazione all'altro, sempre graziato della compiutezza del voler dare un senso alla propria vita che è la vera radice di ogni azione. Il seme di senape è il più piccolo dei semi, ma da esso viene fuori il più grande degli alberi, dice il Vangelo. E forse non è casuale la scelta della pianta: la senape ha un gusto sapido, forte. C'è infatti nel servire gli altri la necessità impellente di dare un gusto e un sapore alla propria vita, un gusto forte e intenso. Ed è il mistero dell'incontro con ciò che è scandaloso e incomprensibile, come il dolore, a offrire senso e sale alla nostra vita. Il volontario si appresta a essere l'avanguardia di un percorso di servizio alla persona che, proprio per le sue qualità di sensibilità e attenzione, si pone in modo speciale il problema di cogliere il dolore, anche là dov'è silente, e di assumerselo come responsabilità.

In un quadro come quello che ho tratteggiato, e che con fedeltà dipinge le doti umane della maggior parte di coloro che si mettono a disposizione degli altri, solo un dato mi intimorisce. E non è il fatto che -in tempi di crisi economica come quelli attuali- si restringano le risorse a disposizione dei volontari e delle strutture che li organizzano. Non mi preoccupa che le varie fondazioni destinino meno soldi alle cause sociali. Perché la carità non si fa con i soldi, ma con l'amore e la dedizione. Quel che mi intimorisce è allora che aumentano le organizzazioni di volon-

tariato, ma diminuiscano i volontari. Il fatto che Gesù abbia scelto il samaritano come metafora della solidarietà, qualcosa vorrà dire. Il samaritano si fermò, versò olio e vino sulle ferite del depredato di Gerico, lo raccolse, lo portò in una locanda. Non si limitò a pagare, non si limitò a battere sulla spalla, a chiamare e organizzare i soccorsi, ma si fece pienamente e autenticamente carico di ciò di cui riteneva di doversi far carico. Questo è uno spirito nobile, che vedo si sta perdendo, a favore della strutturazione di organizzazioni sempre più imponenti, e forse sempre meno umane, perché a loro volta preda della burocrazia, della fiscalità, della necessità di tenere tutto sotto controllo.

Siamo allora di fronte all'ennesima sfida contemporanea. Come osserva Benedetto XVI in "Deus Caritas Est", l'azione pratica resta insufficiente se in essa non si rende percepibile l'amore per l'uomo. L'intima partecipazione personale al bisogno e alla sofferenza dell'altro diventa così un partecipargli me stesso: perché il dono non sia fonte d'umiliazione l'altro, devo dargli non soltanto qualcosa di mio ma me stesso, devo essere presente nel dono come persona.

L'amore e la legge universale del dono, che dall'amore nasce, sono le forme più compiute, più nobili e più evolute per uscire dal sé. Nell'incontro con l'altro nella dimensione del dono non posso non vedere un meccanismo essenziale e straordinariamente intenso e dinamico in grado di reggere la complessità della vita.

Occorre allora saper donare e saper donarsi. Il dono non è fare qualcosa per qualcun altro attendendosi che da questo ci ritorni qualcosa. Dobbiamo sgomberare il campo dai bisogni naturali come l'attaccamento, la gratitudine, il legame, perché tutto questo che può essere legittimo appartiene all'altro tema delle cose umane, che è il tema dello scambio. Sullo scambio si fondano l'economia, la società delle merci, la società del denaro, dello sviluppo. Invece requisito fondamentale del dono è la *gratuità*. Ma non basta. Perché esistono forme di pagamento sottili e subdole, ad esempio la dipendenza che una persona ci riserva una volta che si sente legata a noi da un'azione amorevole; può essere "pagamento" anche sentirsi fortemente utile nei confronti di una situazione in cui si diventa indispensabili; può essere "pagamento" anche l'avvertire di assumere un ruolo in una organizzazione sociale che si occupa di questioni che hanno a che vedere con la generosità, o sentire l'ammirazione degli altri che vedono che noi facciamo qualcosa di più. Tutte queste sono forme di pagamento e di scambio.

Il dono è invece ineffabilmente mistico e, come molte cose della mistica, è il risultato di un fatto esperienziale, pratico e concreto. Anche i grandi mistici della storia del cristianesimo non erano marziani, ma persone che vivevano il loro rapporto con l'uomo e con il divino con una concretezza quasi materica, credendo soprattutto - e in qualche caso soltanto - a ciò che vedevano e a

ciò che toccavano, con le mani ma anche con il cuore. La mistica applicata alle cose della vita quotidiana non è un modo per rendere le cose più fumose e più metafisiche, ma semplicemente un modo per renderle più concrete.

Giuseppe Cafasso, Giuseppe Allamano, Giovanni Bosco, Domenico Savio, Murialdo, Maria Mazzarello sono stati santificati dalla Chiesa ottocentesca sia perché erano santi, sia perché si voleva dimostrare che nella terra dei blasfemi Savoia, nascevano molti santi. La santità ha tante strade, ma in paradiso i santi ignoti sorridono dinanzi ai santi che poggiano sugli altari: forse quei santi ignoti sono stati semplicemente tante buone madri, tanti buoni padri e bambini innocenti, persone che hanno fatto qualcosa di silenzioso e di sconosciuto: forse sono più vicini al cuore di Dio dei santi che abbiamo messo sugli altari.

Contemplare il dono vuol dire allora e innanzitutto comprenderne l'assurdità. Diceva Cicerone: "Tu fai cento e uno favori ad una persona, negagli il centoduesimo e lei ricorderà soltanto il favore che gli hai negato, dimenticando tutti gli altri favori fatti". Quante volte questo è successo nella nostra vita. Tutti abbiamo sperimentato l'ingratitude delle persone cui abbiamo fatto del bene; anzi, da coloro che abbiamo gratificato arrivano spesso i peggiori tradimenti. Il metodo migliore per legare una persona a sé è piuttosto consentirgli di fare qualcosa di utile per noi. E' un meccanismo misterioso, però questa è la

chiave del dono. Noi, per poter amare, dobbiamo consentire agli altri di fare qualcosa per noi. Invece di porci il problema di fare qualcosa per loro, dobbiamo porci la domanda che cosa gli stiamo consentendo di fare per noi. Dobbiamo metterci dinanzi a loro, non con l'atteggiamento di chi vuole aiutare, dare, offrire, ma con l'atteggiamento di chi vuole ricevere e chiedere aiuto.

Non è sempre vero che la mitezza è debole. Esistono forme e momenti in cui la mitezza evangelica diventa forza terrificante, perché offrire l'altra guancia a qualcuno che ci ha percosso, dare la nostra tunica anche quando ci è stato chiesto il nostro mantello, significa esercitare una forza potente sull'altro e questo si può facilmente sperimentare anche nella quotidianità. Ma come si fa a essere miti nel donare? Andando a raccogliere doni, anziché farli. Quindi un buon volontario non è uno che gira facendo beneficenza o elargendo doni, ma è un collettore di doni, sostanzialmente è un sano egoista. Tutto il Vangelo si riduce in fondo a due formule: "Ama il Signore Dio tuo con tutto il tuo cuore e ama il prossimo tuo come te stesso".

Ed è proprio "come te stesso" l'antiparola, la frase segreta, come direbbe Proust. "Come te stesso" è la sintesi del dono. Sembra una banalità, ma non è affatto un concetto semplice. Se non amiamo l'altro come noi stessi, il donarsi è solo un trucco. Questo trucco del servire gli altri rischia di diventare un mondo che conosciamo

bene, cioè un mondo di persone che, pur animate dalle migliori intenzioni, pensano di risolvere i propri problemi personali risolvendo i problemi degli altri, assumendo ruoli, costruendo su questo terreno la loro piccola carriera personale. La cosa è legittima, a patto che ne siamo consapevoli. Cessa di essere legittimo nel momento in cui non ne siamo consapevoli, o lo neghiamo. Ma se noi sappiamo che, facendo del bene, siamo sanamente egoisti e collezionisti di doni, tutto rientra. Lo diceva anche San Vincenzo de Paoli, quando affermava che fare del bene fa bene soprattutto a chi lo fa.

Il dolore è sempre il dolore degli altri. Invece solo se partiamo dal nostro dolore, riusciremo a farci bambini e deboli quando è necessario. Non dobbiamo avere vergogna della nostra debolezza: se apriamo il nostro cuore, ci sentiremo anche meno disperati. Perché la disperazione e la fatica di vivere è davvero di tutti. L'incontro con l'assoluto non può essere di questo mondo, se non lo troviamo in quei lampi d'amore che sperimentiamo nell'incontro con uno sguardo, con una persona, purché sia sempre l'incontro tra due debolezze che si tendono reciprocamente la mano.

Alessandro Meluzzi

PARTE PRIMA

**IL VALORE ECONOMICO  
DELLA GRATUITÀ**





## IL VALORE ECONOMICO DELLA GRATUITÀ

Tibor Scitovsky nel celebre volume “Economia senza gioia” affermava che «Il nostro benessere economico è in costante aumento, tuttavia il risultato è che noi non siamo più felici». L'idea principale è costituita dalla distinzione tra beni di comfort e beni di relazionalità. I beni di comfort danno un piacere immediato, ma la soddisfazione che conferiscono è estremamente evanescente e fugace. I beni relazionali, sono beni di creatività e hanno la caratteristica opposta dei primi: pur richiedendo un impegno iniziale, la soddisfazione di cui si può beneficiare tende ad aumentare con il passare del tempo.

Nelle società occidentali, basate sulle dinamiche di mercato, le persone sono indotte a indulgere troppo sui comfort poiché le economie di scala impongono i gusti alla maggioranza dei cittadini che, anche quando sono consapevoli, fanno molta fatica a uscire dalle secche del consumismo. La maggioranza “comoda e triste” galleggia perennemente in uno stato di infelicità sazia e annoiata a scapito della relazionalità e della creatività. In altre parole, il consumo di beni confortevoli, creando fenomeni di dipendenza, aumenta notevolmente il “costo” richiesto per cambiare stile di vita, che quindi tende ad auto-

rafforzarsi, nonostante provochi stati di noia e renda la vita insipida.

Scitovsky, rivolge una dura critica all'*american way of life*, denunciando con efficacia gli esiti paradossali di un assetto socio-economico centrato sul consumo di beni di comfort (parchi di divertimento, centri commerciali, spettacoli televisivi ...), a scapito dei beni immateriali e relazionali.

Nelle pagine di Scitovsky, di origine ungherese, traspare invece una certa nostalgia per la sua vecchia Europa, per una tradizione orientata alla *communitas* e meno all'anonima società di mercato. Dopo trent'anni dalle considerazioni di Scitovsky, però, dobbiamo registrare che la distanza tra la cultura americana e quella europea si sta riducendo, e i beni di creatività, in particolare i beni relazionali, sono sempre più scarsi su entrambi i lati dell'Atlantico.

Tibor Scitovsky divide in due categorie i beni nell'economia contemporanea:

1) i *beni individuali di comfort* danno stimolazioni immediate, sensazioni piacevoli di breve periodo ma la soddisfazione che conferiscono non si protrae nel tempo ("utilità marginale decrescente"), di conseguenza l'individuo procede ad effettuare nuovi acquisti per rinnovare la sensazione di utilità.

*In tutti i Paesi del mondo il numero di ore trascorse davanti alla televisione è inversamente proporzionale all'indice di felicità.*

2) I *beni di relazionalità* hanno le caratteristiche opposte: non vengono consumati solo dal singolo individuo e la loro utilità marginale è crescente. Quanto più se ne fa uso, tanto più arrecano benessere perché sono beni che conferiscono senso e reciproco riconoscimento tra i soggetti che li consumano. In molti casi i beni relazionali non si deteriorano con l'uso e quindi non è necessario procedere a nuovi acquisti

*L'impegno civile è una attività che continua a conferire senso e utilità nel tempo.*

Nelle economie contemporanee c'è un eccesso di risorse destinate a beni individuali di confort che si accompagnano ad un atteggiamento passivo del consumatore, a scapito di una più adeguata destinazione di risorse, a fonti di stimolo e di felicità fondata su beni relazionali: si genera pertanto un deficit di felicità dovuto alla scarsità di beni relazionali.

Al riguardo alcune statistiche sui costumi degli italiani meriterebbero di essere analizzate più diffusamente di quanto si possa fare in poche righe.

Una ricerca sul "Time Budget" promossa dal Gruppo Starcom Mediavest rivelava che nel

2003 in una giornata tipo i maschi trascorrono il 59,2% del loro tempo in casa (il 57,3% nel 2001), il 18,7% al lavoro, il 17,7% davanti alla TV, il 3,6% nei locali ed infine, lo 0,30% il tempo al cinema, teatro e concerti, mentre per le donne il tempo trascorso in casa è superiore di 12 punti percentuali rispetto agli uomini; quindi il tempo medio trascorso in casa propria dagli italiani era cresciuto del 4% rispetto al 2001, mentre le presenze nei locali di divertimento risultavano calate del 27%.

Ciò va imputato all'avvento prepotente della tecnologia nelle case degli italiani. Infatti nel 2003 Home theatre, DVD, VHS battono le grandi sale e sono stati 4 milioni i lettori DVD venduti negli ultimi due anni, 9 milioni i dischi DVD venduti e 720 milioni di euro vendita e noleggio di DVD e cassette VHS.

Ne consegue che nelle economie capitalistiche avanzate, le Istituzioni (comprese le imprese) tendono a trasferire nei beni di comfort caratteristiche che sono proprie di quelle di beni relazionali se non a sostituire i beni relazionali in beni di comfort.

## **I Beni relazionali**

I beni relazionali sono intimamente legati alla questione della partecipazione civile. Ci sono molte ricerche scientifiche che mostrano la correlazione tra felicità e partecipazione civile nelle associazioni (culturali, religiose, politiche ecc...).

Il rapporto europeo sulla *life satisfaction* del 2000 mostrava che l'Italia, tra i quindici Paesi dell'UE, era quello con il più basso tasso di soddisfazione democratica, proprio per il livello più basso di "felicità pubblica". D'altra parte la fiducia verso le istituzioni dipende molto dal grado di partecipazione dei cittadini, soprattutto attraverso la vita associativa. Ne consegue l'importanza di avere istituzioni che diano spazio a forme di relazionalità genuina tra i cittadini, capaci di organizzarsi e di partecipare agli organismi consultivi e decisionali previsti e che sostengano le associazioni nonprofit che operano con le più svariate forme di solidarietà e di utilità sociale.

### **Quanto vale un atto d'amore ?**

Non sempre sappiamo quantificare il valore economico delle azioni che svolgiamo. In molti ambiti agiamo senza fare una valutazione in termini monetari del nostro comportamento.

Perché non si valorizza abbastanza la gratuità ?  
Luigino Bruni dell'Università di Milano Bicocca individua al riguardo cinque ragioni:

- 1) una prima ragione di fondo è che la gratuità è legata alla *sofferenza* e la cultura contemporanea occidentale non capisce più il dolore, fa di tutto per rimuoverlo;
- 2) la *cultura sociale*: vengono investiti miliardi di

euro in pubblicità per vendere merci, mentre molto pochi per “vendere” beni relazionali;

3) soprattutto oggi il mercato tende a vendere merci che “*simulano*” i beni relazionali veri, dalla televisione come “mistificatrice” di rapporti veri con gli altri, alle nuove tecnologie.

4) I beni relazionali sono *costosi e rischiosi* (sono vulnerabili e fragili in quanto richiedono reciprocità), mentre i beni di mercato lo sono molto meno. E’ il “paradosso di Aristotele”: la vita buona deve saper convivere con la fragilità;

5) Il prezzo “relativo” dei beni relazionali cresce sempre di più con lo sviluppo tecnologico: oggi rapporti veri e gratuiti costano *molto* anche perché costano *poco* i rapporti “falsi”.

Il grande errore cui induce l’estendersi della logica del mercato è associare la gratuità al “*gratis*”, ad un prezzo nullo, al non valore.

In realtà la gratuità corrisponde ad un prezzo “infinito” e davanti all’invasione della logica del “prezzo” le agenzie di socializzazione, in particolare la famiglia e la scuola, devono insegnare l’arte della gratuità, che ricorda che i beni più importanti non possono essere “prezzati”.

Il lavoro è importante ma il valore della gratuità lo è di più: si può vivere senza lavorare ma si muore presto senza dare e ricevere amore, inoltre solo se si sperimenta la gratuità si può essere buoni lavoratori, costruttori di comunità di lavoro, perché anche in società ricche, come in quelle più povere, resta vero che “*l’uomo felice ha bisogno di amici*” (Aristotele).

## IL COINVOLGIMENTO DEL PERSONALE D'IMPRESA NELLA COMUNITÀ

Si potrebbe fornire una pluralità di esempi atti a dimostrare che i beni relazionali e lo sviluppo della relazionalità anche all'interno del profit in attività di nonprofit, migliora la qualità del lavoro. Al riguardo ne è esemplificativo il progetto europeo C.E.C.I.L.E. al quale per l'Italia ha dato un apporto significativo con l'Associazione Sodalitas, la Banca del Tempo e la Banca Etica.

### 1. Origine del progetto "C.E.C.I.L.E."<sup>1</sup>

Un numero crescente di grandi imprese riconosce il forte legame che unisce la loro prosperità e il loro sviluppo con lo stato di salute della società civile e il benessere generale della comunità in cui operano. La più importante risorsa aziendale consiste nel patrimonio di competenze, conoscenze ed energie dei propri dipendenti, e molte imprese considerano più utile supportare le organizzazioni nonprofit con la consulenza specialistica, l'aiuto pratico ed il trasferimento di *know-how* piuttosto che con l'aiuto finanziario diretto.

1. Dagli atti del Workshop di Sodalitas del 16 novembre 2001

Inoltre, le esperienze di “economia sociale” (termine usato dalla Commissione Europea per indicare associazioni di volontariato, cooperative sociali e fondazioni) possono essere un potente strumento di sviluppo delle competenze e della autostima del personale.

I programmi aziendali di sostegno al coinvolgimento del personale nella comunità hanno raggiunto una grande diffusione soprattutto nei paesi anglosassoni, favoriti da livelli particolarmente elevati dell’impegno volontario della popolazione attiva. Il censimento 1992 ha rilevato nel Regno Unito un tasso medio di partecipazione del 27%, con punte particolarmente alte nei ceti medio-alti: professionisti 40%, impiegati/dirigenti 33%, operai 16%.

Secondo una ricerca del *Conference Board* nel 1994 su un campione di 455 imprese USA, il 91% incoraggiava il coinvolgimento del personale. Una analoga ricerca della *Charities Aid Foundation* nel 1995 aveva evidenziato che nel Regno Unito 1/3 delle grandi imprese aveva messo in atto dei programmi di sostegno. Negli anni ’90 questo indirizzo si è affermato vigorosamente anche in Francia.

Le origini di questi programmi aziendali risalgono a vari decenni fa negli **Stati Uniti**, dove fanno parte della tradizione culturale e del sistema di valori di grandi imprese come la IBM del fondatore T. Watson. La loro grande attualità è stata ancora recentemente consacrata dal



*Summit dei Presidenti* (Clinton, Bush, Ford, Carter) a Filadelfia nell'aprile 1997, che si è concluso con il solenne impegno dell' "Alleanza per la Gioventù", con l'ambizioso obiettivo di fornire un *mentor* a 2 milioni di giovani in difficoltà. Determinante il sostegno di grandi imprese come Disney, Mc Donald, Shell, Timberland, che, oltre ad altre forme di appoggio, mettono a disposizione dei dipendenti anche un monte ore lavorative.

Nel **Regno Unito** l'organizzazione *nonprofit Action Resource Centre* ha iniziato nel 1972 a favorire distacchi nell'economia sociale di personale d'impresa prossimo alla pensione, della durata di 1 o 2 anni. In anni più recenti ha anche sviluppato, in partnership con imprese come Marks & Spencer, forme di distacco più brevi, intese come missioni per lo sviluppo di competenze di personale ad alto potenziale.

Da parte sua ***Business in the Community***, prima di incorporare nel 1995 *Action Resource Centre*, aveva lanciato la campagna *Employees in the Community*, con sperimentazione di programmi aziendali di supporto al volontariato, tra i quali alcuni di grande interesse come il *mentoring* nelle scuole.

Un importante partner in questa azione di stimolo e crescita è stato il *National Centre for Volunteering*, che ha fornito ricerca e documentazione sul fenomeno del volontariato, oltre a guida nelle pratiche di maggior successo. Mentre

*Prima Europe*, confluita successivamente in *The Corporate Citizenship Company*, ha condotto una fondamentale opera di ricerca, sistemazione, valutazione delle iniziative di impresa per favorire il coinvolgimento del personale nella comunità, non solo nel Regno Unito, ma anche nel resto d'Europa (costruendo i presupposti per il progetto C.E.C.I.L.E.).

La vigorosa diffusione in **Francia** di questo indirizzo può essere fatta risalire alla costituzione de *l'Institut du Mecenat Humanitaire* (IMH) nel 1986, per iniziativa di 20 autorevoli leader della comunità degli affari guidati da Claude Bebear, presidente del gruppo assicurativo AXA (ora anche UAP). La missione di questa associazione si è subito focalizzata sull'incoraggiamento dell'impegno delle imprese contro l'esclusione sociale, con azioni concrete condotte principalmente attraverso il proprio personale, in partnership con le organizzazioni *nonprofit* e con le istituzioni. In particolare IMH fornisce consulenza e servizi alle imprese associate per promuovere iniziative innovative, per aiutarle a sviluppare programmi di coinvolgimento, per selezionare opportunità di interventi e partner. Organizza ogni 2 anni il salone *Humanagora*, inteso come punto d'incontro tra il mondo imprenditoriale e quello *nonprofit* e costituito da una parte riservata agli espositori (180 associazioni), e, dall'altra, a Conferenze-Dibattiti dove le imprese presentano le loro iniziative e scambiano esperienze. La partecipazione è gra-

tuita sia per gli espositori che per i visitatori, l'affluenza è alta e bilanciata: 4550 per le imprese, 5740 per il grande pubblico, tra cui numerosi giovani. Il numero degli associati IMH, nel frattempo è cresciuto a 60, con molti grandi nomi oltre ad AXA: Aerospatiale, Aeroports de Paris, Alcatel, Credit Agricole, EDF, Evian, France Telecom, GDF, Havas, Paribas, Pinault, Printremps, Schneider, Suez, Vivendi, le ferrovie SNCF, ecc.

In **Italia**, la conoscenza acquisita attraverso un *benchmarking* internazionale dei processi collaudati con successo nel Regno Unito e in Francia, ha consentito a partire dal 1996 a **Sodalitas**, di promuovere con alcune imprese socie delle sperimentazioni, opportunamente contestualizzate, di coinvolgimento di personale d'impresa nella comunità, come ad esempio: la "rete di volontariato ABB" con 4 nuclei a Lecco, Bergamo, Milano, Torino; il volontariato manageriale di dirigenti Whirlpool ora in pensione a Varese; il distacco di dirigenti in servizio Whirlpool e Siemens per realizzare missioni presso cooperative sociali di installazione del sistema di gestione della qualità totale o di ristrutturazione finanziaria.

IBM Italia ha incoraggiato 100 specialisti (che hanno appena concluso il loro rapporto di lavoro) ad avvalersi dell'opportunità di continuare ad essere professionalmente attivi mettendo a disposizione le loro competenze in atti-

vità di volontariato presso una rete nazionale di cooperative sociali.

Il **C.E.C.I.L.E. Network** (*Coordinating Employee Community Involvement Links Europe*) riunisce come *partner* su scala europea un gruppo di organizzazioni intermediarie, la cui finalità è di sviluppare la presenza delle imprese nella comunità, attraverso l'impegno diretto del loro personale. Come indicato nel paragrafo precedente, le fondamenta sono state poste nel Regno Unito ed in Francia rispettivamente da *Business in the Community* e *Institut de Mecenat Humanaire*, che hanno condotto un approfondito lavoro di sviluppo metodologico e diffusione sul territorio. Mentre una dimensione europea è stata conseguita con la ricerca condotta dalla *Corporate Citizenship Company* (già *Prima*) nel 1996, su incarico di Levi Strauss, Grant Met (ora Diageo) e Marks & Spencer, per fare il punto sullo stato dell'arte negli altri paesi continentali ed individuare possibili partner capaci di fornire assistenza alle imprese per l'avvio di questi programmi di coinvolgimento. Il progetto C.E.C.I.L.E. ha formalizzato l'obiettivo di potenziare e di costruire, ove necessario, l'infrastruttura di supporto necessaria alla diffusione di questa presenza attiva nella comunità, agendo soprattutto attraverso la condivisione del know-how disponibile e lo scambio di esperienze. La Commissione Europea, DG XXIII, riconoscendo l'alto valore sociale del coinvolgimento

del personale d'impresa a favore dell'efficacia delle organizzazioni *nonprofit*, ha dato il suo patrocinio al progetto e contribuisce al suo finanziamento. Alcune parti del programma sono finanziate dalle seguenti imprese: British Telecom, Danone, Diageo, IBM, KPMG, Kimberly Clark, Levi Strauss, Smith Kline Beecham, United Biscuits, Vivendi.

Il partner italiano del Network è **Sodalitas**, Associazione per lo Sviluppo dell'Imprenditoria nel sociale.

## **2. Benefici per le imprese, i dipendenti, la comunità**

La diffusione e l'apprezzamento di questi programmi si spiega con la constatazione che non sono a somma zero o comunque squilibrati, bensì producono importanti benefici per tutte le tre parti interessate (le imprese, i loro dipendenti e la Comunità) in uno spirito di "reciprocità" (una rara situazione di *win-win-win*).

**Per le Imprese** si producono benefici sia all'esterno che all'interno del perimetro aziendale. Il volontario distaccato - opportunamente incoraggiato e sostenuto - può essere il migliore ambasciatore nella comunità dell'impresa:

- nei rapporti con l'**esterno** il coinvolgimento del personale serve a creare un ambiente più aperto e coeso in cui operare, a ridurre la distanza (*bridging the gap*) tra impresa e comunità, favo-

rendo uno spirito di comprensione e collaborazione con reciproci vantaggi. Si contribuisce a migliorare l'immagine istituzionale e anche a rinforzare la fedeltà alla marca, dimostrando come l'impresa sia un attore sociale sensibile ai bisogni della comunità locale, impegnato e pienamente legittimato ad operare (*license to operate*);

- all'**interno** è un potente fattore di motivazione del personale, che si riconosce nei valori di responsabilità e solidarietà aziendali e li condivide. La migliore reputazione aumenta l'abilità come datore di lavoro di attrarre i giovani più preparati, sensibili e brillanti. Sotto il profilo organizzativo queste esperienze facilitano la diffusione del lavoro di gruppo, aiutano ad abbattere le barriere tra funzioni e reparti, oltre a fornire un terreno sperimentale reale e stimolante in cui testare la capacità di gestione del cambiamento. Tali strumenti hanno anche una valenza formativa in quanto integrano altri strumenti tradizionali come i corsi servendo ad accrescere significativamente competenze specifiche e oggi richieste, quali: nuovi stili di leadership attraverso la motivazione; relazioni interpersonali nel prendersi cura, ascoltare, negoziare; maggiore comprensione dei colleghi e delle diversità; capacità di comunicazione verbale e scritta; gestione del tempo; skills di sopravvivenza e gestione sotto stress; resistenza positiva a senso di isolamento ed alienazione; approcci innovativi e flessibili nell'affrontare le difficoltà; assunzione

di rischi calcolati. Lo attesta la ricerca *Conference Board* su un ampio campione di *executives*. Infine, in alcune situazioni come i Distacchi di Transizione a fine carriera, si possono evitare o ridurre tensioni e frustrazioni, aprendo nuovi percorsi e prospettive.

**Per i Dipendenti** il coinvolgimento contribuisce a conferire una dimensione più umana al lavoro.

- nella **sfera personale** la principale motivazione consiste nella soddisfazione di aiutare il prossimo. Altri benefici percepiti sono un uso utile e gratificante del tempo libero, un senso di realizzazione personale, una accresciuta stima in sé stessi, l'apprezzamento ed una maggiore vicinanza dei colleghi, più frequenti contatti sociali, la soddisfazione di condividere le proprie competenze professionali.

- nella **sfera professionale** la partecipazione ai programmi favorisce consapevolmente la crescita personale e l'ampliamento degli *skills* soprattutto nel campo delle competenze *soft*, quali le relazioni interpersonali, le capacità di influenzare e motivare. L'ascolto, la focalizzazione sulle esigenze dell'utente potenziano l'orientamento al mercato, alla soddisfazione del cliente. L'essere collocati in un contesto non familiare stimola il pensiero innovativo, incoraggia un apprendimento non altrimenti conseguibile, affina le capacità decisionali e di soluzione dei problemi, fornisce una visione a tutto tondo

di come funziona un'organizzazione, consente di mettere alla prova le proprie capacità. Si aiuta il personale a costruire migliori relazioni nel lavoro di gruppo e a comprendere il proprio ruolo nel team. Infine si può ristabilire un sentimento di autostima in individui che lascino l'impresa, ed indicare nuove opzioni di carriera od opportunità di volontariato durante la pensione.

**Per la Comunità** il coinvolgimento del personale d'impresa contribuisce alla rigenerazione sociale ed economica, all'abbattimento di barriere e steccati. La società civile cresce per l'estensione del volontariato, soprattutto se lo slancio individuale si integra con competenze e risorse aziendali, rese disponibili da un'accresciuta consapevolezza tra i lavoratori del ruolo di "cittadino". L'attività delle organizzazioni di volontariato in cui militano i dipendenti è facilitata dall'accesso a risorse strutturali e alla formazione. Anche i riflessi sull'occupazione sono positivi in termini di migliore formazione e prospettive di lavoro dei giovani (*employability*) e con il supporto alla creazione di impiego nell'economia sociale.

### **3. Definizione e tipologie del coinvolgimento del personale nella comunità**

La crescita vigorosa del fenomeno del volontariato di impresa negli anni '90, la moltiplicazione delle forme adottate e l'esperienza ormai conso-



lidata in alcuni paesi, consentono di costruire una vera e propria tipologia, che riconduce i vari programmi o tipo di supporto a due categorie prevalenti (che comunque non si escludono a vicenda), a seconda del soggetto - dipendenti o imprese - che assume il ruolo prevalente.

**A. Employee-led:** programmi autogestiti con primaria iniziativa del personale, riconosciuti e supportati dall'impresa. Riguardano prevalentemente attività di **volontariato** nel tempo libero del dipendente e possono essere sostenuti da un apposito **coordinatore**, ovvero da una figura di animatore, designata anche in base alle conoscenze acquisite con un preesistente impegno personale, per coordinare questa attività, diffondere all'interno l'iniziativa, reclutare altri volontari, organizzare interventi. Questa funzione può anche essere assicurata da un **comitato ristretto**. Normalmente le attività di collegamento interno si svolgono almeno in parte durante l'orario di lavoro e possono avvalersi di locali e di altre risorse aziendali. Le attività contemplate in questa fattispecie dove prevale l'iniziativa dei lavoratori possono essere:

- **Contributi in natura:** l'azienda dà un contributo sotto forma di donazione di prodotti o equipaggiamenti nuovi o usati, mobili o cancelleria, accesso occasionale a servizi o alla sede aziendale. Traggono origine da richieste di dipendenti, per conto delle organizzazioni *non-profit* presso le quali sono impiegati.

- **Banche del tempo:** l'impresa autorizza un monte ore lavorative dei propri dipendenti per condurre attività di volontariato che vanno a integrare quelle che essi già realizzano nel tempo libero. Un accordo integrativo aziendale su questo tema è stato raggiunto da una società di servizi finanziaria di Milano con l'assistenza di Sodalitas.

- **Premiazione dei programmi più meritevoli,** normalmente eventi celebrativi annuali, nel corso dei quali la direzione dà riconoscimento ai risultati conseguiti dai dipendenti, individualmente o in team, o anche alle organizzazioni presso le quali sono stati attivi.

- **Eventi locali** su tema specifico (*challenge event*) promossi a favore di una associazione o causa (ad esempio riattivare centri di accoglienza, raccolta di cibo/vestiti per senza tetto...) cercando di mobilitare in modo diffuso il personale, e facendo ricorso alla sua creatività, energia, rete relazionale.

- **Causa dell'anno.** Programma in cui l'impresa, stimolata dai dipendenti, si impegna a sostenere una causa o attività di volontariato, focalizzandosi su una specifica organizzazione, locale o nazionale.

- **Matched giving, supporto finanziario** (forma molto diffusa nei paesi anglosassoni). L'impresa dà un contributo equivalente ai fondi donati dai dipendenti, o raccolti con eventi di *fundraising*.

Una forma alternativa è un contributo finanziario aziendale alle organizzazioni *nonprofit* alle quali i dipendenti i dedicano tempo libero, in riconoscimento del loro impegno (*dollar for doers*).

**B. Employer-initiated**, programmi impostati dall'impresa e concepiti come efficaci strumenti di sviluppo delle capacità dei propri dipendenti, che possono integrare altri tradizionali programmi di formazione e management development. Si tratta principalmente di **distacchi** focalizzati su problemi reali delle comunità e caratterizzati da una grande attenzione nel definire e misurare i risultati attesi. Tipicamente si svolgono in "orario di lavoro" e sono inquadrabili nella seguente casistica:

- **Distacco di transizione** full time per un lungo periodo, tipicamente da 6 a 24 mesi. Può trattarsi della gestione di un progetto specifico o anche della assunzione di una funzione precisa all'interno di una organizzazione *nonprofit*. Concepito per accompagnare una fase delicata, ad esempio un passaggio a metà carriera (in questo caso bisogna assicurare piani di ritorno e reinserimento), oppure come ponte verso il pensionamento (a volte come componente di un pacchetto di *outplacement*).

- **Missione di sviluppo** per un breve periodo, legata ad un progetto specifico. Viene intesa come un passaggio qualificante nello sviluppo

manageriale, ed è finalizzata all'acquisizione di competenze *soft* (gestione del tempo, comunicazione, persuasione e negoziazione) e a mettere alla prova la capacità di reagire al cambiamento ed assumere nuovi stili di leadership. Può essere full time per un breve periodo, o part-time (es. 1, 2 giorni alla settimana per alcuni mesi).

- **Missioni di *team building*** (sviluppo di spirito di gruppo) di durata molto breve - tipicamente 3, 4 giorni - per sviluppare un progetto nella comunità, spesso con i membri del team applicati a diversi aspetti, contribuendo con *skill* differenziati.

Precedute normalmente da formazione al lavoro di gruppo e alla gestione di progetti, si pone molta attenzione nell'integrare l'apprendimento nel processo di lavoro.

- ***Mentoring-Tutoring***, relazione personalizzata (*one-on-one support*) tagliata sulle capacità e risorse del *mentor* e *mentee*, con la finalità di aiutare soprattutto soggetti deboli, ad acquisire fiducia e rispetto di se stessi, a crescere. Richiede normalmente alcune ore al mese, l'utilizzo di orari di lavoro o tempo libero, dipende dalle circostanze di luogo e di tempo dell'assistenza. I settori di applicazione, oltre a scolari in difficoltà e soggetti svantaggiati da reinserire, possono comprendere anche nuovi piccoli imprenditori (es. il progetto *Plato* supportato dalla Commissione Europea), quadri di organizzazioni *non-profit*, professori e presidi di istituti scolastici

(es. il programma KPMG nel Regno Unito). E' una buona opportunità per sviluppare *skills* di relazioni interpersonali, di ascolto e motivazione; ed è adatta a tutti i livelli nell'organizzazione, non sono richieste qualificazioni specifiche, ma un approccio maturo, un carattere equilibrato, empatia per il prossimo, volontà di "ispirare" gli altri.

- **Partecipazione ad organi direttivi** (*non-executive positions, trustees*), di organizzazioni *non-profit*, istituzioni scolastiche o culturali, con un appoggio visibile al dipendente da parte delle imprese. I volontari, che portano competenze manageriali e professionali, associano il proprio interesse ai bisogni della comunità, in quanto possono acquistare esperienze di direzione strategica di un'organizzazione, potenziando la propria abilità di influenzare, prendere decisioni e dar forma a politiche generali.

### **Alcuni esempi del Volontariato d'Impresa promosso in Italia:**

**ABB, "la rete di volontariato"**: ABB ha promosso un supporto al volontariato che vede coinvolto personale in attività o in pensione. La "Rete di volontariato ABB", costituita con il sostegno permanente della direzione aziendale, può contare complessivamente su 150 volontari organizzati in 4 nuclei a Bergamo, Lecco, Milano, Torino. La rete poggia su due elementi di base: il *Gruppo di Riflessione e di Iniziativa*,

catalizzatore delle risorse, del consenso, degli orientamenti e degli interventi; il *Data Base* dei volontari, con competenze e aspirazioni.

Sono già stati realizzati numerosi interventi nell'economia sociale, sotto forma di trasferimenti di competenza di impresa (formazione, consulenza), appoggio a cause di utilità sociale, commesse a cooperative sociali.

**Citigroup, “Day Challenge”**: il primo Day Challenge in Italia, svoltosi a Milano lo scorso 12 settembre, promosso da Citigroup, è stato dedicato al completamento della struttura dell'asilo nido dell'Ospedale Fatebenefratelli e ha rappresentato un inedito incontro tra il mondo della finanza e quello del volontariato.

In occasione del Day Challenge, per mezza giornata, 50 dipendenti hanno contribuito in prima persona alla realizzazione di un giardino accogliente e all'arredamento interno dell'asilo nido, teso a facilitare il rientro al lavoro delle neomamme dipendenti dell'ospedale.

In Italia l'organizzazione di questi eventi è recente. Citigroup collabora inoltre con Junior Achievement International (JAI), una ONP statunitense, nata su iniziativa di un gruppo di imprese e ora presente in oltre 100 Paesi, che promuove percorsi formativi per avvicinare la scuola al mondo del lavoro. Citigroup si è attivata per promuovere anche in Italia una sede operativa di JAI, avviando il progetto pilota “Io e l'economia” che ha coinvolto una decina di

scuole di Milano e 15 dipendenti, per un totale di 400 ore di volontariato, consistente nell'insegnamento da parte dei bankers del Gruppo, di alcuni aspetti dell'economia e del mercato del lavoro. A conclusione di questa fase pilota, si sta avviando il progetto *Junior Achievement* in diverse città d'Italia, promuovendo la formazione e l'orientamento degli studenti, in linea con i nuovi orientamenti della riforma scolastica.

**IBM Italia, “Newpolis: nuove competenze per la solidarietà”**: si tratta di un progetto rivolto a risorse professionali qualificate che hanno concluso il proprio rapporto di lavoro consentendo loro di continuare ad essere professionalmente attivi, attraverso il contributo allo sviluppo ed al consolidamento di imprese sociali, sulla base delle competenze maturate in anni di vita aziendale.

Obiettivo del volontariato d'impresa è infatti quello di pervenire a modalità che strutturino il rapporto tra impresa e Terzo settore, per sviluppare una progettualità a vantaggio del bene comune e dello sviluppo di un territorio. Richiede che il personale si senta protagonista dei programmi di sviluppo e che l'impresa riconosca, incoraggi e sostenga il volontariato.





## LA BANCA DEL TEMPO

La Banca del Tempo è un istituto di credito un po' particolare. Presso il suo sportello non si deposita denaro e non si riscuotono interessi, ma la disponibilità a scambiare prestazioni con gli altri aderenti utilizzando il tempo come unità di misura degli scambi. Ad ognuno degli aderenti viene intestato un regolare conto corrente-tempo e viene consegnato un libretto di assegni-tempo. Unico obbligo è il pareggio.

La Banca del Tempo è una innovazione sociale che attiva una **rete di solidarietà fondata sullo scambio alla pari di prestazioni capaci di soddisfare bisogni legati alla vita quotidiana e al lavoro di cura** come nessun servizio pubblico può fare. Un modo **per riorganizzare la rete di reciproco aiuto tipica dei rapporti di buon vicinato.**

Il termine "Banca del Tempo" viene inventato a Parma agli inizi degli anni '90, ma sarà la sperimentazione effettuata da un gruppo di donne di Santarcangelo di Romagna a far conoscere a livello nazionale ed internazionale il progetto. Nel 1995, attraverso una serie di incontri divulgativi, l'idea di scambio di tempo incontra il favore di numerosi gruppi (associazioni costituite e gruppi informali) che nel breve periodo danno vita a Banche del Tempo: alla fine del '95

sono 5 le esperienze attive, nel '96 una settantina, a tutt'oggi sono oltre 220 le realtà attive e in corso di progettazione-sperimentazione.

L'esperienza italiana viene spesso paragonata a quella ben più conosciuta dei LETS inglesi (Local Exchange Trading System), una sorta di mercato alternativo nel quale si possono ottenere beni e servizi pur non avendo denaro. All'interno del sistema locale di scambi si regolano le transazioni mediante addebito ed accredito di una moneta creata per il sistema. Talvolta il valore delle prestazioni e dei beni scambiati è strettamente correlato a quello di mercato (se un'ora di baby sitting vale 4 sterline ed un'ora del muratore vale 7 sterline, nel LETS equivarranno a 4 connies e 7 connies, ad esempio), talaltra si presenta leggermente inferiore, in altri casi ancora si ha parità di valore nelle prestazioni che vengono valutate ad una unica tariffa standard per ora, indipendentemente dalla prestazione.

La peculiarità italiana è quella che il fenomeno non si è attivato a partire da una necessità economica, bensì con l'obiettivo di ricostruire e rinsaldare le relazioni tra le persone, a partire dalla considerazione che il tempo è oggi una risorsa scarsa per alcuni e troppo abbondante per altri. Partecipando alla Banca del Tempo si ottengono prestazioni che permettono di soddisfare piccoli bisogni immediati, ma il risultato più ampio e duraturo consiste nella ricostruzione di reti sociali e solidali sul territorio.

La Banca del Tempo si basa sullo scambio, cioè

si dà per ricevere, si chiede tempo per restituirlo, infatti il proprio conto corrente deve tendere a saldo zero.

Non si tratta dunque di volontariato, ove i volontari offrono tempo per loro attività ad utenti che ne usufruiranno.

Si parla di **reciprocità indiretta**, ogni scambio accende debiti e crediti in tempo nei confronti della Banca, non del singolo interessato. Ciò significa che se Maria tiene il bambino di Anna per 2 ore, il credito registrato nel conto corrente di chi ha offerto la prestazione non dovrà necessariamente essere “speso” nei confronti della stessa persona, ma nei confronti di qualsiasi aderente. Allo stesso modo si potrà rientrare dal debito offrendo prestazioni ad altri associati.

### Quali sono i principi di fondo?

- **si supera la logica del baratto** (possibile fra due persone) ampliando le possibilità di scambio. Nel nostro esempio: Maria tiene il bambino di Anna per due ore e il suo credito può riscuoterlo chiedendo a Giovanni di collocare delle mensole in cucina, mentre Anna può restituire il tempo ottenuto accompagnando Giacomo che non possiede l'auto;

- **il tempo è l'unità di misura**: il valore della prestazione è determinata dal tempo impiegato nello scambio; quindi l'ora di baby sitting della casalinga equivale all'ora di ripetizione di matematica data dal ragioniere, l'ora impegnata dal

pensionato per aggiustare una presa rotta ha lo stesso valore di quella del giornalista che ha accompagnato qualcuno in auto. Nella Banca del Tempo il solo denaro ammesso è quello versato a titolo di rimborso spesa (ad esempio, se un aderente prepara della pasta fresca, chi ha richiesto darà un assegno-tempo pari al tempo impiegato nella prestazione e rifonderà delle spese per uova e farina impiegate, a meno che non intenda fornirle direttamente;

- **tutti gli aderenti sono uguali tra loro.** Un'ora è sempre un'ora indipendentemente dall'età, dalla scolarità, dal ceto sociale di chi l'ha scambiata ed indipendentemente dal tipo di prestazione offerta/domandata;

- **il territorio di riferimento della Banca del Tempo è circoscritto:** un quartiere in una grande città, un piccolo comune, una scuola, un circolo ricreativo o una sezione soci Coop. La piccola dimensione facilita la socialità ed elimina le difficoltà di spostamento tipica dei territori vasti.

Con il tempo, tra le esperienze più mature, si sono attivati scambi anche fra le Banche (prevalentemente di natura culturale o richiesta di servizi specifici in altri territori o non reperibili all'interno del proprio gruppo, ad esempio: visite guidate, richiesta di informazioni reperibili su altro territorio, prestazioni specifiche quali traduzioni,...)

## **Come funziona?**

Chi si iscrive alla Banca del Tempo dichiara le prestazioni che intende offrire, indicando anche quelle di cui pensa di avere bisogno. La lista è indicativa, ma rappresenta un punto di partenza per dar vita a richieste ed offerte. Definire bisogni e disponibilità permette di evidenziare fin da subito che lo scambio sta alla base dell'esperienza.

Ad ogni iscritto viene intestato un conto corrente in tempo nel quale verranno registrate le ore addebitate ed accreditate, con l'impegno di movimentare il conto sia in un senso che nell'altro. Principali strumenti operativi sono: il libretto degli assegni, la lista delle offerte e delle richieste, il regolamento interno definito ed aggiornato dall'assemblea degli associati, la lista dei partecipanti con i riferimenti per chiamare direttamente (in alcune BdT tale lista rimane depositata presso lo sportello e gli scambi sono da questo mediati, ogni gruppo decide come organizzarsi).

La richiesta della prestazione potrà essere quindi effettuata direttamente all'offerente o allo sportello. Non vi è obbligo a soddisfare la prestazione (se in quelle ore o in quel giorno non è possibile, è possibile rifiutare lo scambio).

Chi riceve la prestazione emette un assegno in tempo (se Luca ha conversato in inglese per due ore con Susan, emetterà a suo favore un assegno di due ore) che verrà recapitato presso la segre-

teria della BdT da chi l'ha ricevuto. L'assegno permette la contabilizzazione dello scambio, a chi ha effettuato la prestazione verrà accreditato il tempo, viceversa per chi ne ha usufruito. Il credito, o il debito, potrà essere speso o restituito scambiando con altri membri del gruppo, perché matura nei confronti della Banca del Tempo e non del singolo aderente.

Unico impegno è quello di tendere al pareggio: non sono positive né le posizioni troppo a credito né quelle troppo a debito, indicano che non vi è scambio!

Tutte le prestazioni sono valutate in tempo, anche le attività di segreteria ad esempio, non circola denaro se non quello a copertura delle spese vive (es. materiali per effettuare una piccola riparazione, materie prime per una torta,...).

### **Come si attiva una Banca del Tempo?**

Si inizia in un piccolo gruppo che formula il progetto ed inizia a sperimentare lo scambio da cui potranno venire spunti per modificare quanto previsto in precedenza, si può affermare che dall'esperienza pratica giungono i suggerimenti per migliorare il meccanismo.

Il gruppo promotore si preoccuperà anche di favorire l'adesione di nuovi aderenti, per ampliare il numero iniziale ed giocare lo scambio tra più persone e con maggiori possibilità. Le modalità, i tempi e le condizioni vengono definiti dal gruppo stesso, in piena autonomia.

Ciò significa che si può seguire una via più “amicale” per crescere, operando una sorta di “passaparola”, o agire attraverso iniziative di pubblicità rivolte ad un più vasto pubblico. Ogni gruppo deve autonomamente scegliere ciò che ritiene meglio ma la realtà evidenzia che sono da preferire sempre forme miste. Ad esempio, la partecipazione ad una occasione pubblica pubblicizzando la propria attività o l’articolo sul giornale possono avvicinare persone che altrimenti non avrebbero l’occasione di farlo; la via amicale permette una crescita più lenta ma più consapevole. L’equilibrio tra le due permette una evoluzione quantitativa e qualitativa interessante.

### **Cosa si scambia nella Banca del Tempo?**

Le prestazioni scambiate dipendono dalle abilità, dalle disponibilità e dalla fantasia degli aderenti. Nella pratica poi, bisogni estemporanei non indicati nelle disponibilità offerte o nelle richieste abituali, possono essere presentati al gruppo trovando così soluzione.

A differenza di quanto avviene sul mercato, ove le offerte si selezionano in base alle richieste di mercato ed in assenza (o limitata richiesta) di “consumatori” non trovano una risposta economica, nella Banca del Tempo quello che interessa è la relazione con gli altri, pertanto anche se non si era previsto, ad esempio, “l’aiuto per imbottigliare il vino”, ecco che a richiesta qualcuno disponibile è possibile trovarlo.

Alcune Banche del Tempo hanno introdotto il prestito di beni (ad esempio, tra i più gettonati: vaporella, sega elettrica per tagliare la legna, trapano elettrico), altre lo scambio di beni. A tutt'oggi appare prevalente lo scambio di tempo per prestazioni (98%).

### **Perché si è “inventata” la Banca del Tempo?**

Nella BdT si sono ripristinate modalità di buon vicinato perse nella moderna quotidianità. La Banca è solo un meccanismo che permette di avere regole chiare per sperimentare nuove socialità. Gli stessi termini bancari (conto corrente, assegno, estratto conto) sono da prendersi in maniera ironica perché utilizzando il tempo come misuratore del valore delle prestazioni di fatto si intende valorizzare le capacità intrinseche di ciascuno, indipendentemente dal proprio status sociale, anagrafico, culturale...

La Banca del Tempo è un luogo nel quale si sviluppa la fiducia nei confronti del prossimo, perché attraverso la conoscenza degli altri aderenti (nelle riunioni periodiche, nei progetti comuni, negli scambi, nelle attività conviviali..) si superano le diffidenze nei confronti di chi non si conosce e si dà vita a nuove amicizie.

### **Le relazioni sociali e i valori**

Le esperienze realizzate fino ad ora indicano che i soggetti più attivi e interessati sono le donne e



le persone anziane. Non è un caso che siano questi i protagonisti della Banca: entrambi vivono spesso una condizione di solitudine e isolamento. Subiscono inoltre lo svantaggio di un sistema di relazioni sociali e umane che sottovaluta e relega in secondo piano i lavori di cura realizzati nell'ambito familiare, per fare prevalere gli interessi della produzione e del lavoro retribuito.

C'è un altro aspetto importante da valutare: la spinta da parte delle persone ad investire nell'agio e nella qualità della vita. Si tratta di una novità rispetto alle forme di volontariato comunemente praticate: si punta alla cura di sé stessi, investendo sul senso di libertà, di non costrizione e contemporaneamente sul fare che la Banca del tempo evoca.

Anche per gli altri cittadini, uomini e donne, che lavorano fuori casa, la Banca del tempo può rappresentare un'occasione di miglioramento sostanziale della qualità della propria vita, vista l'attuale organizzazione degli orari che obbliga a continue corse e a piegare i propri ritmi di vita in funzione, in massima parte, di quanto deciso da altri.

La Banca del tempo è la sede dove possono essere valorizzate le capacità, le conoscenze, i saperi che non sono ufficialmente riconosciuti nelle professioni.

Dalle più recenti ricerche realizzate sull'uso del tempo, emerge il bisogno degli individui di ribadire un senso di appartenenza alla loro comu-

nità. E' possibile ricostruire, attraverso il tempo, una propria appartenenza attiva all'ambito nel quale si vive: il quartiere, la scuola, il caseggiato, il paese e contribuire a contenere il senso di estraneità che coglie molti cittadini, soprattutto quelli residenti nei grandi agglomerati urbani.

Si tratta, come è evidente, di un progetto assai innovativo, che richiede iniziative ai più diversi livelli e campagne di promozione culturale e valoriale. Siccome nella nostra società sono considerate sicure, efficaci e buone solo le prestazioni a pagamento e quelle legate al vincolo familiare è necessario affermare un valore analogo anche alle prestazioni in regime di scambio.

Altri vincoli sono organizzativi: quando si tratta di realizzare cose concrete, servono competenze, occorre sapere applicare le idee e organizzare le persone. Se non ci sono le competenze professionali necessarie le esperienze finiscono presto.

Per tutte queste ragioni la Banca del tempo ha bisogno, almeno parzialmente, del sostegno forte di qualcuno. Può essere il Comune perché rappresenta la collettività; può fare da garante contro le diffidenze più diffuse e costruire azioni di sostegno all'iniziativa. L'interesse dell'Amministrazione locale a questo progetto è ben più ampio: può permettere di costruire una rete di solidarietà e di mettere in campo le energie dei cittadini che altre forme di partecipazione non sarebbero in grado di attivare.

Gli scambi di tempo contro tempo ovviamente hanno anche un valore economico: hanno cioè

un effetto economico positivo su coloro che li effettuano. In Inghilterra, dove il sistema degli scambi è particolarmente diffuso, il governo Major ha proposto di tassarlo in quanto, ha sostenuto, sottrae attività al mercato e, di conseguenza, entrate allo Stato. La proposta è stata accantonata per la forte reazione negativa dei cittadini inglesi.

*“La Banca del tempo contribuisce inoltre a far emergere con chiarezza la qualità e la quantità del lavoro di cura, che ha un valore economico fortissimo ma che in nessun bilancio dello Stato viene indicato. Una recente indagine, su dati forniti dall’Ocse riferiti al periodo tra il 1988 e il 1992, indica che il valore del lavoro di cura in Italia ammonta al 44% del PIL. I risultati sono assai interessanti, dato che la ricchezza delle nazioni verrebbe rivalutata in misura variabile dal 25% al 70% se si dovesse includere il valore aggiunto prodotto in quella “fabbrica senza mercato” che è la casa. In tutti i Paesi, anche nell’egualitaria Svezia, le donne lavorano per la cura degli individui molto più degli uomini; l’Italia, con un rapporto di cinque a uno, è in coda a questa classifica.”(Cristina Bevilacqua )*



## LA BANCA ETICA

Qualche anno fa molte organizzazioni del volontariato e della solidarietà sociale, iniziarono ad interrogarsi sul ruolo del denaro, della finanza e dell'impresa. Presero così coscienza di quanto lo sviluppo e il benessere di una collettività fossero in stretto rapporto anche con il denaro e con le attività ad esso collegate.

**Lo statuto**, della Banca etica all'art. 5, riprende i principi base della finanza etica, che possono essere così riassunti:

- la finanza eticamente orientata è sensibile alle conseguenze non economiche delle azioni economiche;
- il credito, in tutte le sue forme, è un diritto umano;
- l'efficienza e la sobrietà sono componenti della responsabilità etica;
- il profitto ottenuto dal possesso e scambio di denaro deve essere conseguenza di attività orientate al bene comune e deve essere equamente distribuito tra tutti i soggetti che concorrono alla sua realizzazione;
- la massima trasparenza di tutte le operazioni è un requisito fondante di qualunque attività di finanza etica;
- va favorita la partecipazione alle scelte dell'im-

presa, non solo da parte dei soci, ma anche dei risparmiatori;

- l'istituzione che accetta i principi della finanza etica orienta con tali criteri l'intera sua attività.

Banca Etica è una banca popolare. Questa è la forma giuridica che permette di operare a livello nazionale, tenendo fede ai principi fondanti della cooperazione e della solidarietà. La banca popolare infatti ha caratteristiche che favoriscono l'azionariato diffuso e l'esistenza di processi democratici di decisione e partecipazione. Con il principio "una testa, un voto" viene sancita la supremazia del socio in quanto persona, sul capitale finanziario.

E' una banca completa, in grado cioè di offrire tutti i principali prodotti/servizi e di distinguersi per alcune competenze specifiche (oltre che, ovviamente, per le particolari finalità). Banca Etica ha la sede centrale a Padova e la sua struttura si articola in filiali, banchieri ambulanti-promotori finanziari che portano la banca laddove non sia presente uno sportello o un ufficio di rappresentanza.

La rete territoriale è integrata da altri soggetti esterni individuati tra coloro che condividono i valori di Banca Etica e hanno sin dall'inizio appoggiato la sua azione: alcune banche partner, per garantire tramite apposite convenzioni il collocamento dei prodotti di raccolta di Banca Etica; alcuni consorzi garanzia fidi.

E' possibile condividere la realtà di Banca Etica in modi diversi: essere soci, acquistare un prodotto finanziario, presentare un progetto e chiedere un finanziamento, aprire un conto corrente. Esercita la normale attività bancaria attraverso i tradizionali strumenti e propone ai suoi soci ed ai suoi clienti i principali prodotti per la raccolta del denaro: i conti correnti, i certificati di deposito, le obbligazioni, i libretti di risparmio.

Il risparmio in Banca Etica, come per tutte le altre banche, è garantito dal Fondo Interbancario di Tutela dei Depositi e dal patrimonio della Banca stessa, mentre sulla corretta gestione e sul rispetto della normativa vigila la Banca d'Italia. Oltre ad una piena sicurezza del risparmio, Banca Etica consente al risparmiatore di scegliere la finalizzazione sociale dello stesso e garantisce un'informazione periodica sulle realtà finanziate.

La garanzia di eticità dei prodotti offerti da Banca Etica è data dalla loro conformità alle seguenti caratteristiche:

- i prodotti di raccolta implicano una partecipazione del cliente alle scelte di investimento: al momento dell'operazione di deposito il cliente può scegliere il settore verso il quale desidera che il proprio risparmio venga indirizzato;
- il cliente ha la possibilità di autodeterminare il tasso: egli può decidere di accettare una remunerazione del deposito ad un tasso inferiore a quello generalmente praticato dall'Istituto.

Banca Etica offre inoltre ai propri clienti la pos-

sibilità di investire il proprio risparmio nei fondi denominati “*Valori Responsabili*” che investono esclusivamente in imprese, organismi sovranazionali e stati selezionati in base ai criteri della responsabilità sociale.

Con Banca Etica il risparmiatore può indicare, se lo vuole, i settori di attività verso cui indirizzare l’impiego del proprio risparmio:

- cooperazione sociale: servizi socio-sanitari educativi, lotta all’esclusione sociale e l’inserimento lavorativo di soggetti deboli;
- tutela ambientale e salvaguardia dei beni culturali;
- cooperazione internazionale;
- cultura e società civile.

Inoltre il risparmiatore ha la possibilità di autodeterminare il tasso da applicare sul proprio risparmio, scegliendolo tra un tasso massimo prefissato dalla banca ed il tasso zero. In questo modo il risparmiatore ha la possibilità di esprimere ancor più concretamente la propria adesione ai progetti finanziati.

Tutti i dati relativi ai finanziamenti concessi da Banca Etica sono pubblici: nominativo, importo, tasso, garanzie, causale. I dati sono consultabili sul sito. La coerenza con i principi etici nell’erogazione dei finanziamenti è la base del rapporto fiduciario tra Banca Etica e il risparmiatore, nella scelta dei progetti e dei soggetti da finan-



ziare sta l'essenza e la specificità di Banca Etica. Così, alla tradizionale istruttoria bancaria, viene affiancata un'istruttoria sociale, realizzata utilizzando il *Modello VA.R.I.* (Valori-Requisiti-Indicatori), in grado di analizzare le conseguenze che le diverse attività possono comportare per lo sviluppo umano, per il bene comune, per l'ambiente naturale. Banca Etica valuta il progetto e procede al finanziamento, a positiva conclusione di un esame della sua sostenibilità sia economica che sociale.

### **Dimensione Etica**

La specificità di Banca Etica, rispetto alle altre banche, può essere sintetizzata nell'importanza che assumono i principi etici nella gestione dell'istituto. Non quindi un semplice rispetto della legislazione vigente nel perseguimento del profitto, ma una responsabilità sociale sulle conseguenze che l'uso del denaro può comportare. L'etica, di per sé, è un sistema di valori nei quali la persona, la comunità civile si riconoscono e su questi valori orientano i propri comportamenti.

La condivisione di determinati valori, la priorità di alcuni rispetto ad altri, differenti visioni della vita umana fanno sì che la percezione dell'etica possa risultare diversa da persona a persona, da comunità a comunità.

Come conciliare quindi in banca etica sensibilità diverse, differenti valutazioni nella scala dei valori?

La condivisione dello statuto - nello specifico dell'articolo 5, relativo alle finalità della banca ed ai principi che ispirano la sua azione - rappresenta un punto fermo, una linea tracciata in modo chiaro che dà la possibilità a chiunque di riconoscersi o di non riconoscersi. Questo però non basta, c'è infatti l'esigenza di un continuo confronto, sia con gli interlocutori interni della banca (soci, lavoratori, risparmiatori, amministratori) che esterni (società civile, comunità locale, enti ed organizzazioni, imprese ecc.), per comprendere se e come i valori e i principi fondanti trovano attuazione ogni giorno nelle attività di Banca Etica e soprattutto come questa possa portare un suo contributo nei processi di rinnovamento sociale.

Per dare risposta a questa esigenza Banca Etica ha posto in essere strumenti e comportamenti, che nella sostanza mirano da una parte a creare degli organismi indipendenti di verifica sulla coerenza delle attività bancarie (vedi Comitato etico), dall'altra di coinvolgere quella parte della società (enti, organizzazioni, imprese, persone ecc.) che credono negli obiettivi della finanza etica (rete dei soci, rapporti con il terzo settore e i movimenti, dialogo con gli enti locali e il mondo accademico). Questa parte del sito è essenzialmente dedicata a queste attività, che spaziano dalla promozione culturale, al dialogo con la società, alla riflessione sulla tensione etica che dovrebbe caratterizzare anche le azioni economiche e finanziarie.

Qualche dato statistico:

<b>Capitale sociale</b>	<b>19.517.000</b>
<b>Numero Soci</b>	
- persone fisiche	23.865
- persone giuridiche	3.978
- totale	27.843
<b>Raccolta risparmio</b>	<b>453.965.000</b>
<b>Finanziamenti deliberati</b>	
- importo	352.576.000
- numero	2.294

*Dati al 30/06/2007*



PARTE SECONDA

ETICA E VOLONTARIATO  
O ETICA NEL VOLONTARIATO?



## IL CONCETTO DI VOLONTARIATO

Molte volte il termine “*volontariato*” è abusato e si presta a fraintendimenti e incomprensioni: non ultimi i mezzi di informazione chiamano volontariato azioni di altre organizzazioni non-profit quali Cooperative Sociali, Associazioni di Promozione Sociale ed ONG (Organizzazioni non governative per la cooperazione internazionale) le quali, pur svolgendo un lavoro orientato all’inclusione sociale, alle nuove povertà o di utilità sociale e pur avvalendosi in molti casi di volontari non appartengono alla forma giuridica di volontariato, facendo sorgere una confusione di ruoli, di ambiti e di livelli di intervento.

Il Volontariato è un’attività libera e gratuita svolta per ragioni di solidarietà e di giustizia sociale. Nasce dalla spontanea volontà dei cittadini di fronte a problemi non risolti (o non affrontati) dallo Stato e dal Mercato. Per questo motivo il volontariato si inserisce nel “terzo settore” insieme ad altre organizzazioni che non rispondono alle logiche del profitto o del diritto pubblico. Il volontariato può essere prestato individualmente, in modo più o meno episodico, o all’interno di una organizzazione strutturata che può garantire la formazione dei volontari, il loro coordinamento, la continuità dei servizi.

E' garantito e disciplinato da una legge dello Stato, la 266/91 (Legge Quadro sul Volontariato) la quale principalmente in due articoli, l'art. 2 (Attività di Volontariato) e l'art. 3 (Organizzazioni di Volontariato) ne individua le caratteristiche, infatti *“per attività di volontariato (art. 2) deve intendersi quella prestata in modo personale, spontaneo e gratuito, tramite l'organizzazione di cui il volontario fa parte, senza fini di lucro anche indiretto ed esclusivamente per fini di solidarietà e l'attività del volontario non può essere retribuita in alcun modo nemmeno dal beneficiario. Al volontario possono essere soltanto rimborsate dall'organizzazione di appartenenza le spese effettivamente sostenute per l'attività prestata, entro i limiti preventivamente stabiliti dalle organizzazioni stesse”*.

Inoltre *“la qualità di volontario è incompatibile con qualsiasi forma di lavoro subordinato o autonomo e con ogni altro rapporto di contenuto patrimoniale con l'organizzazione di cui fa parte.”*, mentre *“è considerata organizzazione di volontariato (art. 3) ogni organismo liberamente costituito al fine di svolgere l'attività di cui all'art. 2, che si avvalga in modo determinante e prevalente delle prestazioni personali volontarie e gratuite dei propri aderenti.*

*Le organizzazioni possono assumere la forma giuridica che ritengono più adeguata al perseguimento dei loro fini, salvo il limite di compatibilità con lo scopo solidaristico e negli accordi*



*degli aderenti, nell'atto costitutivo o nello statuto, oltre a quanto disposto dal codice civile per le diverse forme giuridiche che l'organizzazione assume, devono essere espressamente previsti l'assenza di fini di lucro, la democraticità della struttura, l'elettività e la gratuità delle cariche associative nonché la gratuità delle prestazioni fornite dagli aderenti, i criteri di ammissione e di esclusione di questi ultimi, i loro obblighi e diritti. Devono essere altresì stabiliti l'obbligo di formazione del bilancio, dal quale devono risultare i beni, i contributi o i lasciti ricevuti, nonché le modalità di approvazione dello stesso da parte dell'assemblea degli aderenti".*

Quindi la stella polare del volontariato è la "gratuità".

La "Carta dei Valori del Volontariato", manifesto culturale redatto dalla FIVOL in collaborazione con il Gruppo Abele nel 2001 per ovviare all'appannamento del concetto della gratuità e al fenomeno di "infiltrazione" nella definizione di volontariato di altre realtà, afferma nei principi fondanti che:

1. **Volontario è la persona** che, adempiuti i doveri di ogni cittadino, mette a disposizione il proprio tempo e le proprie capacità per gli altri, per la comunità di appartenenza o per l'umanità intera. Egli opera in modo libero e gratuito promuovendo risposte creative ed

efficaci ai bisogni dei destinatari della propria azione o contribuendo alla realizzazione dei beni comuni.

2. **I volontari esplicano la loro azione** in forma individuale, in aggregazioni informali, in organizzazioni strutturate; pur attingendo, quanto a motivazioni, a radici culturali e/o religiose diverse, essi hanno in comune la passione per la causa degli esseri umani e per la costruzione di un mondo migliore.
3. **Il volontariato è azione gratuita.** La gratuità è l'elemento distintivo dell'agire volontario e lo rende originale rispetto ad altre componenti del terzo settore e ad altre forme di impegno civile. Ciò comporta assenza di guadagno economico, libertà da ogni forma di potere e rinuncia ai vantaggi diretti e indiretti. In questo modo diviene testimonianza credibile di libertà rispetto alle logiche dell'individualismo, dell'utilitarismo economico e rifiuta i modelli di società centrati esclusivamente sull'"avere" e sul consumismo.  
I volontari traggono dalla propria esperienza di dono motivi di arricchimento sul piano interiore e sul piano delle abilità relazionali.

Giovanni Nervo afferma nel libro di Antonio Prezioso "Le politiche sociali in Italia" che *"in realtà è piuttosto difficile definire il volontariato, perché il termine stesso è molto generico, perché il fenomeno è molto complesso, perché molte*

*realtà che vanno sotto il nome di volontariato sono composite. Sembra comunque che almeno quattro elementi siano costitutivi del volontariato :*

*- la spontaneità: esso opera per libera scelta;*

*- la finalità di servizio;*

*- la gratuità;*

*la continuità dell'impegno.*

*Se si prendono questi quattro elementi per definire il volontariato, si comprende che altre attività di servizio sono impropriamente fatte rientrare nell'ambito del volontariato: le cooperative di solidarietà sociale per esempio; le cooperative integrate e le cooperative di servizi sociali. L'Associazione sociale non è volontariato, perché la sua finalità diretta e specifica non è la prestazione di un servizio (...)"*

Uno dei nodi cruciali del volontariato oggi consiste nel tema dei rapporti fra istituzioni pubbliche e volontariato. Occorre fare chiarezza e definire bene i rispettivi ruoli: come si possono esplicare?

Al volontariato spettano sostanzialmente quattro ruoli :

- di anticipazione, per dare risposte tempestive a bisogni emergenti;

- di integrazione di servizi esistenti, per riempire inevitabili vuoti e soprattutto per portare un "supplemento d'anima";

- di stimolo delle istituzioni e delle politiche

sociali, di proposta e di controllo di base;  
- di educazione della comunità per promuovere le forme semplici di solidarietà di base.

L'ente pubblico dal canto suo svolge in modo prioritario tre ruoli che può condividere con altri soggetti ma che non può delegare ad essi:

- la programmazione dei servizi essenziali per tutta la popolazione;
- il reperimento, il coordinamento, la finalizzazione delle risorse, pubbliche e private, della comunità;
- la vigilanza e il controllo.

L'attuazione e la gestione dei servizi possono essere delegate alla cooperazione sociale, al volontariato, al mercato; le funzioni di programmazione, regolazione e controllo delle politiche sociali, no. Il ruolo di garantire i diritti dei cittadini spetta dunque dello Stato. Anche il volontariato deve avere ben chiari i suoi ruoli e richiedere con forza che gli vengano riconosciuti: deve però riconoscere i suoi limiti e i pericoli ai quali è esposto (strumentalizzazione, istituzionalizzazione....)

Il volontariato deve rafforzare la sua carica innovativa che si manifesta sia nella promozione di servizi innovativi o di nuova domanda sulla base dei bisogni emergenti, sia nella stimolazione critica alle istituzioni sia pubbliche, sia private.

## Cap. 6

### LE TRASFORMAZIONI DEL MONDO DEL VOLONTARIATO SECONDO LA RILEVAZIONE ISTAT 2003<sup>1</sup>

#### **I dati del volontariato<sup>2</sup>**

Rispetto alla prima rilevazione, riferita al 1995, le Associazioni di volontariato sono aumentate del 152,0%, passando da 8.343 a 21.021 unità.

Il notevole incremento dal 1995 si deve sia alla costituzione di nuove unità (8.530), che all'iscrizione nei registri di organizzazioni preesistenti (4.148).

Nel 2003, per ogni organizzazione che ha cessato la sua attività se ne sono iscritte più di 10.

Nonostante il notevole incremento del numero di unità, l'analisi dei dati dell'ultima rilevazione permette di confermare alcune delle caratteristiche salienti dell'universo delle organizzazioni di volontariato. In particolare, si osserva:

- il forte radicamento delle organizzazioni di volontariato nelle regioni settentrionali,

<sup>1</sup> Estratto da ISTAT "Statistiche in breve" su "Le organizzazioni di volontariato in Italia. Anno 2003" (Diffuse il 14.10.2005).

<sup>2</sup> Nel corso del biennio 2004-2005 l'Istat ha svolto la quinta rilevazione sulle organizzazioni di volontariato iscritte nei registri regionali e provinciali al 31 dicembre 2003.

anche se negli anni aumentano in misura relativamente più accentuata le unità presenti nel Mezzogiorno;

- la prevalenza relativa di piccole dimensioni organizzative, sia in termini di volontari attivi che di risorse economiche disponibili;
- la maggiore presenza, tra i volontari, di uomini, di persone in età compresa tra i 30 e i 54 anni, diplomate e occupate;
- la concentrazione relativa di unità nei settori della sanità e dell'assistenza sociale, anche se cresce nel tempo il numero di quelle che operano in settori meno "tradizionali";
- la crescita del numero di organizzazioni che hanno utenti diretti e, conseguentemente, l'aumento del numero di coloro che si rivolgono ad esse per soddisfare le loro esigenze.

## **Distribuzione territoriale**

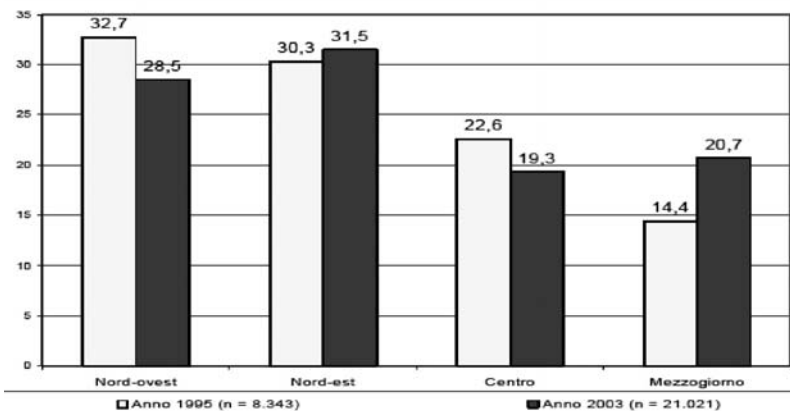
Nel 2003 il 28,5% delle organizzazioni di volontariato è localizzato nel Nord-ovest, il 31,5% nel Nord-est, il 19,3% nel Centro e il 20,7% nel Sud ed Isole. Rispetto al 1995 le organizzazioni di volontariato crescono più della media nazionale (+152,0%) nel Mezzogiorno e nel Nord-est (rispettivamente +263,1% e +161,9%), meno nel Nord-ovest e nel Centro (rispettivamente +119,0% e +115,6%). Sia nel 1995 che nel 2003, le regioni con il maggior numero di organizzazioni (Tavola 1) sono la Lombardia, la Toscana, l'Emilia Romagna ed il Veneto; agli

ultimi posti si collocano le regioni più piccole, Molise e Valle d'Aosta.

Le regioni che tra il 1995 e il 2003 mostrano un tasso di crescita superiore al 300% (circa il doppio di quello nazionale) sono la Sicilia, il Molise, la Campania, le province autonome di Trento e Bolzano, la Basilicata e le Marche. Al contrario, l'unica regione con un tasso di crescita inferiore al 75% (circa la metà di quello nazionale) è la Toscana che, tuttavia, è tra quelle con più elevata presenza di organizzazioni.

### Grafico 1 – Organizzazioni di volontariato per area geografica – Anni 1995 e 2003

(Composizione %, Italia = 100%)



**Tavola 1 – Organizzazioni di volontariato iscritte nei registri regionali al 31 dicembre per Regione - Anni 1995-2003**

REGIONI	1995		1997		1999		2001		2003	
	Numero	%	Numero	%	Numero	%	Numero	%	Numero	%
Piemonte	693	8,3	991	8,5	1.188	7,9	1.384	7,6	1.626	7,7
Valle d'Aosta	35	0,4	46	0,4	53	0,4	73	0,4	90	0,4
Lombardia	1.687	20,2	1.827	15,6	2.591	17,2	3.154	17,2	3.499	16,7
Trentino-Alto Adige	404	4,8	830	7,1	1.343	8,9	1.560	8,5	1.727	8,2
<i>    Bolzano-Bozen</i>	327	3,9	728	6,2	1.042	6,9	1.228	6,7	1.356	6,4
<i>    Trento</i>	77	0,9	102	0,9	301	2,0	332	1,8	371	1,8
Veneto	872	10,5	1.075	9,2	1.270	8,4	1.907	10,5	2.018	9,6
Friuli-Venezia Giulia	236	2,8	418	3,6	548	3,6	631	3,4	701	3,3
Liguria	314	3,8	489	4,2	600	4,0	631	3,4	762	3,6
Emilia-Romagna	1.018	12,2	1.343	11,5	1.664	11,0	1.907	10,5	2.180	10,4
Toscana	1.340	16,1	1.683	14,4	1.792	11,9	1.894	10,4	2.144	10,2
Umbria	173	2,1	289	2,5	353	2,3	393	2,1	460	2,2
Marche	178	2,1	343	2,9	450	3,0	637	3,5	799	3,8
Lazio	194	2,3	292	2,5	423	2,8	516	2,8	661	3,1
Abruzzo	90	1,1	160	1,4	201	1,3	254	1,4	283	1,3
Molise	24	0,3	69	0,6	89	0,6	130	0,7	166	0,8
Campania	173	2,1	407	3,5	564	3,7	763	4,2	964	4,6
Puglia	162	1,9	285	2,4	331	2,2	422	2,3	530	2,5
Basilicata	56	0,7	133	1,1	155	1,0	205	1,1	253	1,2
Calabria	188	2,3	177	1,5	292	1,9	363	2,0	448	2,1
Sicilia	55	0,7	246	2,1	368	2,4	491	2,7	642	3,1
Sardegna	451	5,4	607	5,2	796	5,3	978	5,3	1.068	5,1
<b>ITALIA</b>	<b>8.343</b>	<b>100,0</b>	<b>11.710</b>	<b>100,0</b>	<b>15.071</b>	<b>100,0</b>	<b>18.293</b>	<b>100,0</b>	<b>21.021</b>	<b>100,0</b>
<b>Nord-ovest</b>	<b>2.729</b>	<b>32,7</b>	<b>3.353</b>	<b>28,6</b>	<b>4.432</b>	<b>29,4</b>	<b>5.242</b>	<b>28,7</b>	<b>5.977</b>	<b>28,5</b>
<b>Nord-est</b>	<b>2.530</b>	<b>30,3</b>	<b>3.666</b>	<b>31,3</b>	<b>4.825</b>	<b>32,0</b>	<b>6.005</b>	<b>32,8</b>	<b>6.626</b>	<b>31,5</b>
<b>Centro</b>	<b>1.885</b>	<b>22,6</b>	<b>2.607</b>	<b>22,3</b>	<b>3.018</b>	<b>20,0</b>	<b>3.440</b>	<b>18,8</b>	<b>4.064</b>	<b>19,3</b>
<b>Mezzogiorno</b>	<b>1.199</b>	<b>14,4</b>	<b>2.084</b>	<b>17,8</b>	<b>2.796</b>	<b>18,6</b>	<b>3.606</b>	<b>19,7</b>	<b>4.354</b>	<b>20,7</b>

### Caratteristiche strutturali

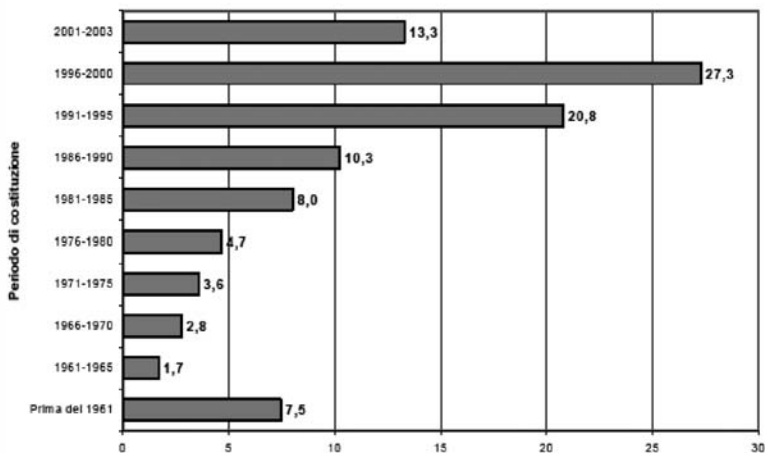
In relazione al periodo di costituzione, la quota relativa a organizzazioni giovani, nate dopo il 1991 (anno di avvio dei registri regionali), tende ad essere sempre più elevata (raggiungendo il 61,4% nel 2003). La costituzione di nuove unità ha avuto un notevole incremento nel periodo 1991-1995, durante il quale è nato il 20,8% delle organizzazioni iscritte nei registri regionali alla



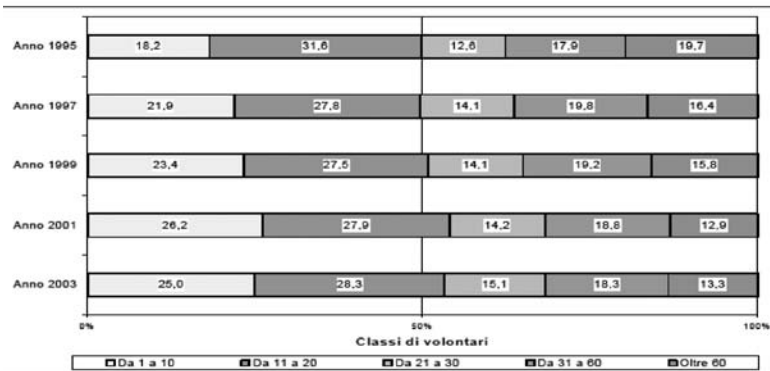
fine del 2003. Tale processo è proseguito con maggiore intensità negli anni successivi, con la costituzione di un numero di organizzazioni pari al 40,6% (27,3% nel periodo 1996-2000 e 13,3% nel periodo 2001-2003, che tuttavia è riferito solo a un triennio anziché a un quinquennio). Nel 2003 più della metà delle organizzazioni (53,3%) opera con meno di 21 volontari. Il numero medio di volontari per organizzazione diminuisce attestandosi a 39 unità nel 2003 contro le 58 del 1995 con 11-20 volontari, dove si concentra il 28,3% del totale.

Sempre rispetto al 1995, la quota delle organizzazioni di piccole dimensioni (con meno di 11 volontari) è molto più elevata nel 2003 (+6,8 punti percentuali), sebbene sia leggermente inferiore a quella rilevata nel 2001 (-1,2 punti percentuali). Tra le organizzazioni di grandi dimensioni si registra invece una consistente diminuzione della quota di quelle con più di 60 volontari (-6,4 punti percentuali), anche se essa risulta lievemente in crescita rispetto al 2001(+0,4 punti percentuali).

**Grafico 2 – Organizzazioni di volontariato per periodo di costituzione – Anno 2003 (in %)**



**Grafico 3 – Organizzazioni di volontariato per classi di volontari – Anno 2003 (in %)**



## Volontari e dipendenti

Nel 2003 le organizzazioni di volontariato iscritte ai registri regionali impiegano circa 12 mila dipendenti e 826 mila volontari. Rispetto al 1995, i dipendenti sono cresciuti del 77,0%, i volontari del 71,4%.

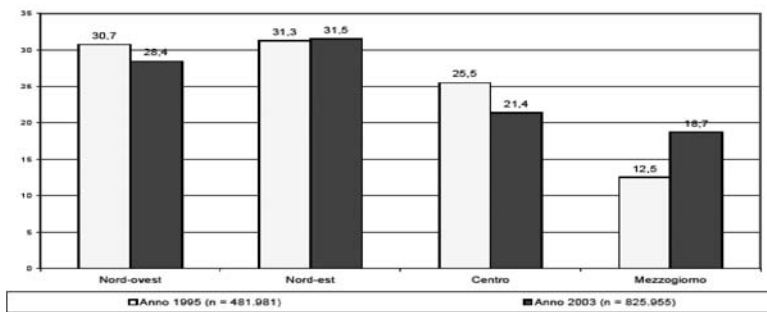
Nel periodo 1995-2003 i dipendenti sono aumentati in misura significativa soprattutto nel Mezzogiorno (+281,4%), nel Nord-est (+202,6%) e nel Nord-ovest (+128,7%), mentre diminuiscono al Centro (-16,4%).

La distribuzione per area geografica dei volontari è del tutto analoga a quella delle organizzazioni, con una maggiore concentrazione di essi (59,9% nel 2003) nelle regioni settentrionali. Inoltre, così come rilevato per le organizzazioni, l'incremento di volontari proporzionalmente maggiore si registra nelle regioni meridionali, nelle quali sono quasi il triplo di quelli rilevati nel 1995.

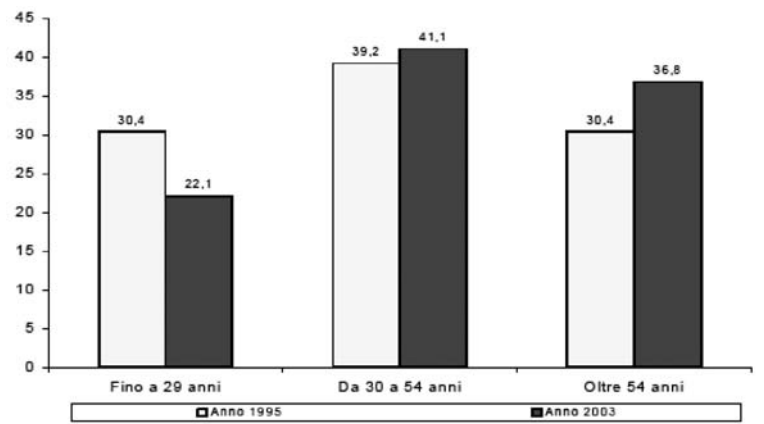
Nelle regioni centrali l'incremento percentuale dei volontari è più contenuto, cosicché la quota relativa scende dal 25,5% del 1995 al 21,4% del 2003. Nelle due aree geografiche settentrionali la crescita dei volontari è proporzionalmente maggiore nel Nord-est rispetto al Nord-ovest. Ne consegue che, nel 2003, le regioni nord-orientali mostrano una quota di volontari (31,5%) superiore a quella delle regioni nord-occidentali (28,4%). Più della metà dei volontari è occupata (52,2%), il 29,5% è pensionato ed il 18,3% in

altra condizione (studenti, casalinghe, disoccupati e persone in cerca di prima occupazione). Tra i volontari uomini è relativamente più elevata la quota di occupati (59,4%), mentre tra le donne quella relativa ai volontari in altra condizione (26,1%). Rispetto al 1995 cresce il numero dei volontari ritirati dal lavoro (+11,3 punti percentuali) e degli occupati (+5,5 punti percentuali). Considerando il titolo di studio, il 12,8% dei volontari è laureato, il 44,4% è in possesso del diploma di scuola media superiore, mentre il 42,8% ha un titolo di studio più basso. Le donne sono relativamente più istruite degli uomini: il 14,6% delle volontarie è in possesso della laurea ed il 47,2% del diploma di scuola media superiore contro, rispettivamente, l'11,3% e il 42,1% degli uomini. Tra il 1995 e il 2003 aumentano i volontari con titoli di studio più elevati (+8,7 punti percentuali per i diplomati e +1,5 punti percentuali per i laureati).

**Grafico 3 – Volontari per area geografica –**  
Anni 1995 e 2003 (Composizione %, Italia =100%)



**Grafico 4 – Volontari per classi di età – Anni 1995- 2003 (in %)**



### **Settori di attività, servizi offerti ed utenti**

La sanità (28,0%) e l'assistenza sociale (27,8%) si confermano i settori nei quali opera il maggior numero di organizzazioni di volontariato. Tuttavia, tra il 1995 e il 2003 la quota percentuale di organizzazioni diminuisce di 14,4 punti percentuali nella sanità e di 2,7 punti percentuali nell'assistenza sociale. In aumento invece i settori della ricreazione e cultura, protezione civile e protezione dell'ambiente, nei quali le quote percentuali passano, rispettivamente, dall'11,7% al 14,6%, dal 6,4% al 9,6% e dal 2,2% al 4,4%. È costante il peso relativo delle organizzazioni attive in via prevalente nell'istruzione, nella tutela e protezione dei diritti e nelle attività spor-

tive, mentre si attesta al 7,6% quello riferito agli altri settori (comprendente i settori della filantropia e promozione del volontariato, della cooperazione e solidarietà internazionale, dello sviluppo economico e coesione sociale e della religione).

Nel 2003 il 35,5% delle organizzazioni di volontariato dichiara di operare in un solo settore di attività, il 24,4% in due settori, il 15,7% in tre settori e il 24,2% in quattro o più settori..

Aumentano, rispetto al 1995, le organizzazioni attive in 2 settori (dal 21,5% al 24,4%), quelle operanti in 3 settori (dal 15,0% al 15,7%) e le attive in 4 o più settori (dal 14,1% al 24,2%). Le organizzazioni che offrono un solo servizio passano dal 29,0% del 1995 al 34,7% del 2003 (in termini assoluti da 2.419 a 7.289 unità), mentre diminuiscono, quelle che ne offrono almeno 4 (dal 41,2% al 35,3%).

**Tavola 2 – Organizzazioni di volontariato per settore di attività prevalente** – Anni 1995 e 2003 (in % e in valori assoluti)

Settori di attività	Anni				
	1995	1997	1999	2001	2003
Sanità	42,4	37,6	36,0	33,1	28,0
Assistenza sociale	30,5	28,7	27,1	26,6	27,8
Ricreazione e cultura	11,7	13,7	16,6	14,9	14,6
Protezione civile	6,4	9,3	9,0	9,8	9,8
Istruzione	2,8	2,9	1,7	3,3	3,2
Protezione dell'ambiente	2,2	3,4	4,2	3,8	4,4
Tutela e protezione dei diritti	2,2	2,7	1,6	2,4	2,6
Attività sportive	1,8	1,7	1,8	1,9	2,0
Altri settori	-	-	1,6	2,2	7,6
<b>Totale (=100%)</b>	<b>8.343</b>	<b>11.710</b>	<b>15.071</b>	<b>18.293</b>	<b>21.021</b>

## Servizi offerti e tipologia del cliente

I servizi più diffusi sono quelli relativi all'ascolto, sostegno e assistenza morale e alla donazione di sangue (offerti, rispettivamente, dal 19,9% e dal 17,4% delle organizzazioni). Seguono i servizi ricreativi e di intrattenimento (14,5%), l'accompagnamento e inserimento sociale (13,0%), la realizzazione di corsi tematici (12,9%), l'organizzazione di spettacoli di intrattenimento (12,6%), le campagne di informazione e sensibilizzazione (11,8%), l'assistenza domiciliare (11,8%), il trasporto anziani e disabili (11,4%), le esercitazioni di protezione civile (11,3%) e le prestazioni di soccorso e trasporto malati (10,7%).

Rispetto alle rilevazioni precedenti<sup>4</sup> cresce il numero di organizzazioni che offrono servizi all'utenza. Nel 2003, le organizzazioni con utenti diretti sono 15.652 (erano 5.650 nel 1997, 7.862 nel 1999 e 13.451 nel 2001), e rappresentano il 74,5% delle organizzazioni iscritte (48,2% nel 1997, 52,2% nel 1999 e 73,5% nel 2001). In aumento è anche il numero degli utenti che passano da 2,5 milioni nel 1997 a circa 6,8 milioni nel 2003. Rimane sostanzialmente stabile invece il numero medio di utenti per organizzazione: da 445 nel 1997 a 438 nel 2003.

Nel 2003 le categorie di utenti con maggiori frequenze sono quelle dei malati e traumatizzati (51,6%), degli utenti senza specifici disagi (9,9%), degli anziani autosufficienti (9,4%), dei minori (7,7%), degli immigrati (4,3%), dei portatori di

handicap (2,8%), degli individui in difficoltà economica (2,5%), dei familiari di persone con disagio (2,4%), degli anziani non autosufficienti (2,2%) e dei senza tetto (1,1%). Le altre tipologie raccolgono quote uguali o inferiori all'1% degli utenti.

**Tavola 3 – Principali servizi offerti dalle organizzazioni di volontariato – Anno 2003**

Servizi	Numero organizzazioni	%
Ascolto, sostegno e assistenza morale	4.174	19,9
Donazione di sangue	3.658	17,4
Ricreazione e intrattenimento	3.047	14,5
Accompagnamento e inserimento sociale	2.743	13,0
Realizzazione di corsi tematici	2.720	12,9
Organizzazione di spettacoli di intrattenimento	2.642	12,6
Realizzazione di spettacoli teatrali, musicali e cinematografici	2.554	12,1
Campagne di informazione e sensibilizzazione	2.482	11,8
Assistenza domiciliare o analogo	2.477	11,8
Trasporto anziani e disabili	2.397	11,4
Esercitazioni di protezione civile	2.381	11,3
Prestazioni di soccorso e trasporto malati	2.248	10,7
Informazione sui diritti	1.958	9,3
Accoglienza	1.814	8,6
Ascolto telefonico	1.796	8,5
Realizzazione di visite guidate	1.766	8,4
Organizzazione di manifestazioni sportive	1.715	8,2
Interventi in situazioni di emergenza e calamità	1.704	8,1
Vigilanza stradale e in manifestazioni pubbliche	1.690	8,0
Organizzazione di vacanze e soggiorni	1.625	7,7
Interventi a tutela dell'ambiente	1.561	7,4
Prestazioni sanitarie	1.432	6,8
Servizio antincendio	1.428	6,8
Pulizia parchi e/o sentieri	1.225	5,8
Sostegno scolastico	1.052	5,0
Raccolta e/o distribuzione di vestiario, alimenti e medicinali	1.019	4,8
Consulenza legale/fiscale	1.003	4,8
Aluto economico all'estero	992	4,7
Adozioni a distanza	986	4,7
Istruzione per adulti e/o anziani	982	4,7

\* La somma delle quote percentuali è superiore a 100, poiché ciascuna organizzazione può offrire più servizi.

## Dimensione economica

Il totale delle entrate delle organizzazioni di volontariato passa da 675 milioni di euro del 1997 a 1.630 milioni di euro del 2003 (pari a 1.426

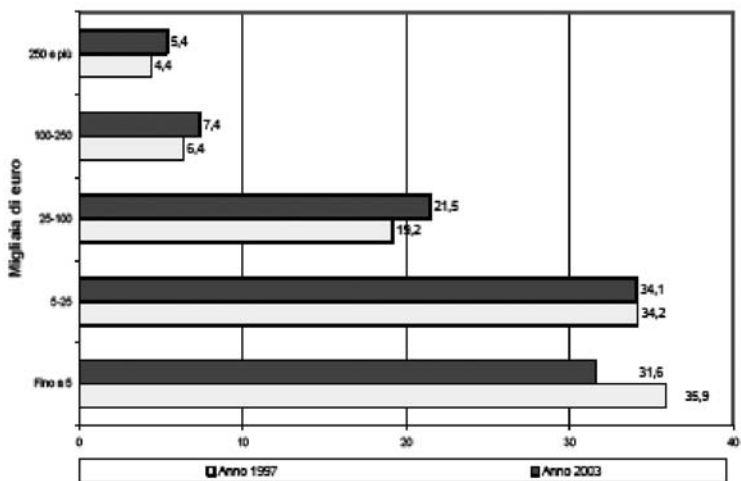


milioni di euro a prezzi costanti in base 1997). Analogamente, l'importo medio delle entrate per organizzazione aumenta da 58 mila euro nel 1997 a 77 mila euro nel 2003 (67 mila euro a prezzi 1997). Di conseguenza, la distribuzione delle organizzazioni in base alla classe di importo delle entrate si sposta, rispetto al 1997, verso importi più elevati. Nel 2003, il 65,7% delle organizzazioni dichiara entrate inferiori a 25 mila euro (il 70,1% nel 1997), il 21,5% tra 25 e 100 mila euro (19,2% nel 1997), il 7,4% tra 100 e 250 mila euro (6,4% nel 1997), il 5,4% entrate uguali o superiori a 250 mila euro (4,4% nel 1997). Nonostante queste variazioni, si conferma che la distribuzione delle entrate è ancora sbilanciata verso le piccole dimensioni mostrando, nel contempo, la concentrazione delle risorse finanziarie su una ristretta quota di unità.

Le entrate sono concentrate tra le organizzazioni presenti nelle regioni centrali (soprattutto in Toscana), che costituiscono meno di un quinto dell'intera popolazione, ma dispongono di quasi un terzo delle entrate complessive. Le organizzazioni dell'Italia meridionale (il 20,7% del totale), raccolgono il 13,4% delle entrate, mentre quelle delle regioni settentrionali si attestano su percentuali che non differiscono molto dalle rispettive quote in termini di organizzazioni iscritte. Nel 2003, le entrate medie per organizzazione ammontano a circa 97 mila euro per le unità del Centro, 44 mila euro per quelle del Mezzogiorno e 67 mila euro per le organizzazioni attive nel

Nord-ovest e nel Nord-est. Infine, rispetto a quanto osservato nelle rilevazioni precedenti si accentua il ricorso delle organizzazioni di volontariato al finanziamento, sia esclusivo sia prevalente, di fonte privata rispetto a quello pubblico. Nel 2003 il 29,8% delle unità si finanzia esclusivamente con entrate di fonte privata (24,9% nel 1997), il 35,1% con risorse di origine prevalentemente privata (33,7% nel 1997), il 29,9% con entrate prevalentemente pubbliche (35,8% nel 1997) ed il 5,2% con risorse esclusivamente pubbliche (5,7% nel 1997).

**Grafico 5 – Organizzazioni di volontariato per classi di entrata. Valori a prezzi costanti 1997 – Anni 1997- 2003 (in %)**



## Cap. 7

### C'È UN'ETICA DEL VOLONTARIATO?

« Il primo passo nell'evoluzione dell'etica è un senso di solidarietà con altri esseri umani »

Albert Schweitzer, Premio Nobel per la pace 1952)

Secondo l'Enciclopedia telematica Wikipedia, l'**etica** (il termine deriva dal greco, ossia "condotta", "carattere", "consuetudine") è quella branca della filosofia che studia i fondamenti oggettivi e razionali che permettono di distinguere i comportamenti umani in buoni, giusti, o moralmente leciti, rispetto ai comportamenti ritenuti cattivi o moralmente inappropriati. Si può anche definire l'etica come la ricerca di uno o più criteri che consentano all'individuo di gestire adeguatamente la propria libertà; essa è inoltre una considerazione razionale dei limiti entro cui la libertà umana si può estendere.

Spesso viene anche detta *filosofia morale*. In altre parole, essa ha come oggetto i valori morali che determinano il comportamento dell'uomo.

È consuetudine differenziare i termini 'etica' e 'morale'. Sebbene essi spesso siano usati come sinonimi, si preferisce l'uso del termine 'morale' per indicare l'insieme di valori, norme e costumi di un individuo o di un determinato gruppo umano. Si preferisce riservare la parola 'etica' per riferirsi all'intento razionale (cioè filosofico) di fondare la morale intesa come disciplina.

L'etica può essere *descrittiva* se descrive il com-

portamento umano, mentre è *normativa* (o *prescrittiva*) se fornisce indicazioni. In ogni caso l'indagine verte sul significato delle teorie etiche. Può essere anche *soggettiva*, quando si occupa del soggetto che agisce, indipendentemente da azioni od intenzioni, ed *oggettiva*, quando l'azione è relazionata ai valori comuni ed alle istituzioni. Riguardo alla questione se sia prioritario il bene o il giusto, vi sono diverse teorie assiologiche o dei valori:

- il **Liberalismo** vede il primato del giusto sul bene, da cui è doverosa quell'azione che è conforme ad una norma giusta, per cui dobbiamo scegliere in base ai principi di giustizia. Tale teoria nasce con Locke e Kant ed è ripresa da John Rawls e nel suo neocontrattualismo;

- per il **Comunitarismo** la giustizia non è una questione di regole e procedure, ma qualcosa che concerne il comportamento delle persone rispetto ai propri simili, la giustizia è una virtù della persona.

*Taylor*, invece, ritiene illusorio immaginare che il giusto possa prescindere dal riferimento al bene. Egli vede, dunque un primato del bene sul giusto, dove per bene non si intende l'utile, ma *“tutto ciò che spicca sulle altre cose in virtù di una distinzione qualitativa”*. La moralità non concerne solo obblighi e regole pubbliche, ma concerne prima di tutto le distinzioni qualitative.

### **Etica laica ed etica religiosa**

Alla base di ciascuna concezione dell'etica sta la

nozione del bene e del male, della virtù ed una determinata visione dell'uomo e dei rapporti umani. Tali idee sono spesso correlate ad una particolare religione, o comunque ad una ideologia. L'etica a base *religiosa* infatti, fissa norme di comportamento che pretende valide per tutti, mentre l'etica *laica* non mira ad imporre valori eterni e si dimostra solitamente attenta alle esigenze umane che tengano conto delle condizioni e delle trasformazioni storiche. In realtà parlare di *una* etica laica presuppone già il confronto con l'etica religiosa, ovvero con un sistema di valori dogmaticamente e universalmente individuati; in realtà è più opportuno parlare di un approccio laico al problema etico, definendo questo approccio come scevro da riferimenti a una ideologia predeterminata e più portato a misurarsi con le problematiche dell'individuo e del concreto contesto storico in cui esso si esprime.

Siamo in una società nella quale quando qualcosa va storto, come nel caso di scandali finanziari e/o politici, l'etica è su tutte le prime pagine. Tuttavia molta discussione non è veramente sull'etica, ma sugli obblighi minimi di rispettare la legge. L'etica è il fondamento della legge. “*Gli esseri umani* – afferma Tom Hooyman – *hanno una spinta innata all'auto-promozione e verso il proprio interesse. Se abbiamo la possibilità di scappare con qualcosa, ci proveremo*”, mentre H.Woods Bowman afferma che “*la gente fondamentalmente desidera fare la cosa giusta, anche*

*quella che ha successo non facendolo. A volte costoro non sanno proprio dire la differenza tra giusto e sbagliato. Il nostro interesse immediato entra in contrasto con la cosa giusta da fare. Tipicamente, quando la gente non vede le cose nel lungo termine prende decisioni di cui si pentirà”.*

*“Il più grande problema etico – sono ancora parole di Woods Bowman – fin dai tempi immemorabili, è il conflitto di interessi. Le persone tendono a perdere la giusta prospettiva quando hanno un interesse personale nel risultato ed è così che iniziano a prendere cattive decisioni. Ci sono alcune organizzazioni no profit strutturate in modo da esercitare un controllo, ma non sono molte. Circa cinque anni fa, inoltre, il servizio statunitense delle entrate ha iniziato ad applicare una legge che essenzialmente sanziona chi fa troppo denaro senza una giustificazione precisa. Hanno multato solo 40 individui, ma hanno ricavato 20 milioni di dollari. Una delle ragioni per cui penso che ci siano dei problemi è che le organizzazioni no profit sono schermate nei confronti del controllo pubblico e finché qualcosa non va terribilmente storto, nessuno si accorge di nulla. Fortunatamente, credo che la maggior parte delle persone che operano in queste organizzazioni, si sforzi di fare la cosa giusta”.*

Le organizzazioni nonprofit americane, sono molto diverse dalle nostre, ma un’etica della trasparenza e quindi la volontà di trasparenza, è

una necessaria condizione di salvaguardia del nostro operato e quindi un dovere morale non solo verso i portatori di interesse, ma verso tutta la società a cui sono indirizzate le azioni di gratuità e dono delle opere di solidarietà.





ETICA DEL VOLONTARIATO  
ED ETICA NEL VOLONTARIATO

Da quanto abbiamo detto finora si ricava l'esigenza che il volontario viva la propria esperienza in modo coerente con i valori e i principi che ne fondano l'agire gratuito e solidaristico. Un tale agire assume inevitabilmente una connotazione etica e un fondamento razionale.

Ma quali sono le regole morali del volontario? Si muove solo sotto l'impulso del buon cuore, attratto dal sentimento della compassione, sostenuto dalla naturale generosità? E' indubbio che queste componenti influiscono nel comportamento che apre alla disponibilità verso chi ha bisogno. Ma bisogna aggiungere anche altre caratteristiche.

Gino Perin divide l'etica del volontariato in cinque ambiti valoriali:

**1. Etica della responsabilità.** Il volontario si fa carico del bisogno che vede, dell'iniziativa che valuta necessaria. Ricordiamo il famoso "I care" di don Milani, 'mi prendo cura' in prima persona. Il volontario responsabile non delega ad altri le risposte, se appartiene a qualche organizzazione volentieri si associa ad altri per essere più efficiente. Non si limita alla denuncia, ma avanza proposte e progetti e coinvolge il più

possibile anche i membri della sua comunità. Il senso di responsabilità si esercita nei confronti della persona, della società, del territorio, dell'ambiente, dei beni comuni, di tutto ciò che concorre a creare una vita più liberante e più umana e qualitativamente migliore per tutti. Esso cresce con il progredire della capacità di fare informazione e diffusione di valori e della volontà di combattere l'indifferenza.

**2. Etica del dono.** Se la gratuità è il segno distintivo di ogni volontario, il dono è la qualifica morale della sua azione. Il volontario dona il suo tempo, le sue competenze professionali, le sue attitudini umane e relazionali, senza alcuna aspettativa di ricompensa e di pagamento diretto o indiretto. Così attraverso il dono di sé la persona si realizza al di fuori della logica di mercato e di profitto economico. Esclude altresì qualsiasi logica di proselitismo e di paternalismo, ma mira alla crescita umana e sociale dei destinatari, al recupero della loro massima autonomia e autosufficienza personale, al potenziamento della loro libertà interiore.

**3. Etica dell'amore come servizio.** Servizio è una parola che va riscattata dalla sua accezione negativa quando indica un rapporto di dipendenza e di subordinazione, paragonabile a forme di schiavitù. Il riscatto si verifica ogni volta che il servizio viene collegato all'amore per esprimerne una modalità fattiva. Servizio, riferito all'opera

del volontario, indica il comportamento solerte e disinteressato di chi si fa prossimo alla sofferenza e all'emarginazione. Lo spirito di servizio rimanda indubbiamente al Vangelo e all'esempio di Cristo, il quale dice di sé: "Non sono venuto per essere servito ma per servire" (Mt 20,28), e sappiamo che il servizio del suo amore lo ha condotto a donare la sua vita per noi. Intorno a questa parola hanno riflettuto anche i vescovi del Concilio Vaticano II, applicandola all'esercizio dell'autorità nella chiesa: autorità come servizio e quindi come segno di amore. Non è indebita l'estensione che se ne può fare anche alle varie forme di autorità civile e sociale. Aiutare con spirito di servizio significa eliminare anche la parvenza di una qualche superiorità, e dare un segno non equivoco di amore.

**4. Etica della formazione permanente.** Gratuità, rispetto della persona, spirito di solidarietà: sono valori che vanno continuamente coltivati e approfonditi. Per il volontariato è dunque indispensabile un impegno formativo continuo che permetta alla persona una crescita costante a due livelli: quello delle motivazioni, che costituiscono la migliore garanzia della continuità dell'esperienza e danno consistenza all'identità dei singoli volontari e delle loro organizzazioni; e quello tecnico operativo, cioè il "sapere" e il "saper fare", ossia la ricerca dei modi per rispondere sempre meglio alle esigenze impellenti delle persone con cui si viene a contatto. C'è un terza

dimensione della formazione permanente ed è la spiritualità. C'è bisogno di diventare capaci di tenuta di fronte alle prove e agli insuccessi, di accettare la fatica del servizio meno gratificante, di vedere un cammino di vita anche nelle situazioni umane più degradate. Il volontario credente trova l'appoggio necessario nella certezza che lo Spirito di Dio continua a riempire tutta la terra e a guidare tutta la storia umana. Spiritualità infatti significa attenzione alla guida dello Spirito.

### ***5. Etica della profezia e della speranza.***

Chi agisce nella società per dare un contributo positivo di miglioramento, produce anche segnali di speranza, induce atteggiamenti di fiducia nel futuro, dimostra che il cambiamento è possibile, stimola la progettualità sociale, e scioglie i dubbi di coloro che sono propensi all'immobilismo. La speranza è una virtù che non va confusa con il semplice ottimismo. L'ottimismo è frutto di buon carattere, di propensione a vedere sempre la bottiglia mezza piena. La speranza invece è certezza che i germi di bene porteranno frutto, prima o poi, perché nel loro dinamismo opera una forza superiore che si può sperimentare amica. Nella Bibbia, quando Dio vuole dare segno di interesse e di amore al suo popolo, suscita in mezzo ad esso i suoi profeti che in nome suo pronunciano parole di speranza, radicandola in promesse di un futuro migliore. Si può dire che nel nostro tempo, accanto ad alcuni

profeti maggiori come don Milani, Martin Luther King, Papa Giovanni e altri, anche molti volontari svolgono collettivamente una funzione profetica, spesso senza saperlo, perché con la loro vita e la loro testimonianza annunciano un mondo che sarà migliore, perché più umano, più solidale, più giusto, più ricco d'amore disinteressato e gratuito.



## LA RESPONSABILITÀ SOCIALE DI UN'IMPRESA

Per responsabilità sociale (o Corporate Social Responsibility, CSR) si intende l'assunzione di preoccupazioni di natura etica all'interno della visione strategica d'impresa: è una manifestazione della volontà delle grandi, piccole e medie imprese di gestire efficacemente le problematiche d'impatto sociale ed etico al loro interno e nelle zone di attività. Si tratta di un concetto innovativo e molto discusso, espresso per la prima volta nel 1984 da Freeman nel suo saggio "Strategic Management: a Stakeholder Approach"<sup>1</sup>.

Essere socialmente responsabili significa andare di propria volontà oltre il semplice rispetto delle norme, investendo di più nel capitale umano, nell'ambiente e nella comunità. Significa adottare una politica aziendale in grado di mettere d'accordo gli obiettivi statutarî con quelli sociali e ambientali.

Una corretta responsabilità sociale migliora il clima in cui si opera e aumenta la motivazione dei collaboratori, aumenta le capacità di attrarre e mantenere personale più qualificato, contribui-

<sup>1</sup> R. Edward Freeman, *Strategic Management: a Stakeholder Approach*, Pitman, London, 1984.

sce a creare un rapporto stabile e duraturo con i portatori di interesse, basato sulla fiducia e sul rispetto.

Un'impresa profit, ma anche un Ente nonprofit, che adotti un comportamento socialmente responsabile, monitorando e rispondendo alle aspettative economiche, ambientali, sociali di tutti i portatori di interesse (stakeholders) coglie anche l'obiettivo di conseguire un vantaggio competitivo e di massimizzare le aspettative di lungo periodo. Un prodotto, un servizio infatti, non è apprezzato unicamente per le caratteristiche qualitative esteriori; il suo valore è stimato in gran parte per le caratteristiche non materiali, quali le condizioni di fornitura, i servizi di assistenza, l'immagine ed infine la storia del servizio stesso.

Risulta pertanto evidente come l'impegno "etico" sia entrato direttamente nella cosiddetta *catena del valore* prospettando così l'utilizzo di nuovi percorsi e leve competitive coerenti con uno "sviluppo sostenibile" per la collettività. All'interno del mercato globale e locale, gli Enti profit e nonprofit non hanno, infatti, un'esistenza a sé stante, ma vivono e agiscono in un tessuto sociale che comprende vari soggetti, tra cui spicca sicuramente una società civile molto attenta. E' quindi di fondamentale importanza l'attività dedicata al mantenimento delle relazioni con l'esterno, verso i cosiddetti stakeholders.

Nei sistemi di gestione aziendale, l'attenzione



agli stakeholders è divenuta di importanza cruciale per le imprese e spesso lo sviluppo nel tempo di relazioni positive con tali soggetti può diventare un elemento di valore aggiunto per l'impresa, anche senza profitto. Ma il comportamento più o meno etico di un'impresa interessa potenzialmente tutti i cittadini, ai quali non bastano astratte dichiarazioni di principi e valori: essi esigono ormai un impegno quotidiano e credibile, frutto di una precisa politica manageriale e di un sistema aziendale organizzato a tal fine.



**LA RESPONSABILITÀ SOCIALE VALE ANCHE PER  
UNA ORGANIZZAZIONE DI VOLONTARIATO**

Ogni azienda, organizzazione, istituzione od anche la più libera associazione ha una responsabilità che va al di là dei progetti che realizza.

La responsabilità sociale non è uno strumento di immagine: apparire trasparenti, corretti, trasparenti, responsabili, non basta a garantirsi la sopravvivenza nel lungo periodo. Bisogna esserlo davvero. E' dunque necessario non preoccuparsi dell'immagine, ma della reputazione che attiene a comportamenti concreti e si costruisce solo con un impegno serio e costante nel tempo.

La sfida più attuale per le Organizzazioni di Volontariato, per lo più frammentate e divise, è quella di assumere una strategia calata nel contesto comunitario nel quale vivono e operano i diversi portatori di interesse di cui si fa carico o a cui si rivolge.

Per l'Organizzazione il passaggio da una "responsabilità singola e/o individuale" ad una "responsabilità collettiva" comporta l'obiettivo di intraprendere un percorso di costruzione condivisa dove il buon utilizzo delle risorse economiche si coniuga con le buone pratiche determinando positive ricadute sociali finalizzate allo sviluppo di comunità e quindi il miglioramento della qualità della vita dei cittadini.

Ma per una Organizzazione di Volontariato questo non basta perché nella sua mission non vi è solo il “fare” - soprattutto non è la prerogativa prima del volontariato quella di erogare servizi - ma anche diffondere e testimoniare valori attraverso la propria azione.

La missione di una OdV, che la qualifica e la distingue dalle altre, va ricercata nello statuto associativo e nel regolamento. E' necessario che nel suo agire si ispiri a principi condivisi, a valori forti, attraverso i quali persegue la missione ed afferma la propria identità. Attraverso ciò che fa dichiara anche ciò che è, comunica i propri valori.

Padre Theodore Hesburgh affermava che *“ la visione è l'essenza della leadership. E' infatti fondamentale sapere dove si vuole arrivare e questo implica tre cose: avere una visione chiara, svilupparla e articolarla correttamente e rendere il proprio staff di collaboratori entusiasta di condividerla “.*

E quindi il rapporto con la comunità locale e con il proprio ambiente operativo deve essere al centro dell'esperienza: un rapporto che va verificato, controllato, non solo attraverso i sistemi di valutazione interna che talvolta peccano di auto-referenzialità, ma anche nel rapporto con i vari referenti della comunità.

Per rendere operativa questa visione, le OdV devono dotarsi degli strumenti minimi di con-

trollo, tra i quali la carta dei servizi, il regolamento economale, il bilancio sociale, il codice etico.

**Carta dei Servizi:** la sua adozione implica un impegno da parte della OdV sia nei confronti dei destinatari dei servizi, sia dei cittadini. E' uno strumento che consente di lavorare con maggiore trasparenza, fornendo tutte le indicazioni necessarie per poter usufruire dei servizi, ma è anche un mezzo per valorizzare le esigenze dei portatori di interessi e della cittadinanza in merito, favorendo un dialogo ed una responsabilità comune e condivisa, per migliorare la qualità dei servizi da erogare.

**Regolamento economale:** è un impegno verso gli stakeholder (i portatori di interesse): infatti per l'acquisto a titolo oneroso di beni, servizi e prestazioni, la OdV deve seguire criteri di trasparenza, qualità, adeguatezza ed economicità.

**Il Bilancio Sociale:** La redazione del Bilancio Sociale o di Missione (per le OdV più piccole o meno strutturate per la gestione di servizi) sta diventando uno strumento sempre più diffuso ed assume un significato particolare per gli Enti che non hanno come fine istituzionale la massimizzazione e la distribuzione del profitto, ma che intendono fornire ai terzi un'adeguata informazione sulle modalità di utilizzo delle risorse nel perseguimento del loro scopo sociale.

La consapevolezza che il soddisfacimento delle attese della collettività, e quindi la legittimazione sociale, favorisce il miglioramento dei risultati, anche se nel caso delle OdV non consistono nel reddito economico ma del pieno soddisfacimento dei portatori di interessi, il raggiungimento di vantaggi competitivi ha portato ad una revisione dei contenuti della comunicazione istituzionale. Essa dovrà essere rivolta a diverse tipologie di “portatori di interessi” o “stakeholder” e dovrà essere in grado di soddisfare una domanda di informazioni che non riguarda più solo i risultati economici e finanziari, ma anche i risultati di carattere “sociale” conseguiti dallo svolgimento della propria attività.

Il Bilancio Sociale è uno strumento di rendicontazione che permette a tutte le aziende (Profit e Nonprofit) di integrare le informazioni di carattere economico finanziario presenti nei Bilanci d’esercizio con le politiche gestionali e strategiche adottate relativamente a tematiche di interesse “sociale” e con i risultati “sociali” conseguiti.

Nella ferma convinzione che laddove si amministrano fondi non propri, la trasparenza contabile e amministrativa e quindi la redazione del Bilancio Sociale, dovrebbe essere un obbligo prima di tutto morale per l’Organizzazione, si può ritenere che essa possa essere un valido (ma non esaustivo) mezzo per la divulgazione della propria attività.

**Il Codice Etico** : una responsabilità sociale impone impegni seri che possono essere mantenuti solo facendo riferimento a norme di comportamento codificate ed a documenti trasparenti.

Il Codice Etico è l'altra faccia del Bilancio Sociale. Infatti dalla missione si possono diremare due attività concomitanti, una più generale rivolta al controllo delle politiche l'OdV (il Bilancio Sociale), l'altra ai comportamenti individuali (il Codice Etico).

Può definirsi come la "Carta Costituzionale" della OdV, una carta dei diritti e doveri morali che definisce la responsabilità etico-sociale di ogni partecipante all'organizzazione.

Nella condotta delle attività, i comportamenti non etici compromettono il rapporto di fiducia tra la OdV e i suoi stakeholder. Non sono etici, e favoriscono l'assunzione di atteggiamenti ostili nei confronti dell'Associazione, i comportamenti di chiunque, singolo o organizzazione, cerchi di appropriarsi dei benefici della collaborazione altrui, sfruttando posizioni di forza: il codice deve essere quindi improntato ad un ideale di cooperazione in vista di un reciproco vantaggio delle parti coinvolte, nel rispetto del ruolo di ciascuno.





## LA GRATUITÀ E IL DONO

### La Gratuità

Occorre che ogni volontario e ogni organizzazione abbiano chiari gli elementi fondanti del proprio “essere” ed adottino criteri di un “agire” che sia coerente testimonianza di dimensione ideale che si specifica principalmente in due ruoli: la dimensione attiva, attraverso la gratuita presenza nel quotidiano; la dimensione politica, quale soggetto sociale che partecipa alla rimozione degli ostacoli che generano svantaggio, esclusione, degrado e perdita di coesione sociale.

L'art.1 della Legge 266/91 (Legge Quadro sul Volontariato) afferma che *“La Repubblica italiana riconosce il valore sociale e la funzione dell'attività di volontariato come espressione di partecipazione, solidarietà e pluralismo, ne promuove lo sviluppo salvaguardandone l'autonomia e ne favorisce l'apporto originale per il conseguimento delle finalità di carattere sociale, civile, e culturale”*, intendendo per attività di volontariato (art. 2) *“quella prestata in modo personale, spontaneo e gratuito, tramite l'organizzazione di cui il volontario fa parte, senza fini di lucro anche indiretto ed esclusivamente per fini di solidarietà”*.

Come richiama la Carta dei Valori del Volontariato redatta dalla FIVOL in collaborazione con il Gruppo Abele: *“volontario è la persona che, adempiuti i doveri di ogni cittadino, mette a disposizione il proprio tempo libero e le proprie capacità per gli altri, per la comunità di appartenenza o per l’umanità intera. Egli opera in modo libero e gratuito promovendo risposte creative ed efficaci ai bisogni dei destinatari della propria azione o contribuendo alla realizzazione dei beni comuni”*.

Il volontariato è azione gratuita e dalla Carta dei Valori del Volontariato ricaviamo una delle migliori definizioni di gratuità: *“La gratuità è l’elemento distintivo dell’agire volontario e lo rende originale rispetto alle altre componenti del terzo settore e ad altre forme di impegno civile. ciò comporta assenza di guadagno economico, libertà da ogni forma di potere e rinuncia ai vantaggi diretti e indiretti. In questo modo diviene testimonianza credibile di libertà rispetto alle logiche dell’individualismo, dell’utilitarismo economico e rifiuta i modelli di società centrati esclusivamente sull’«avere» e sul consumismo.”*

La gratuità è intesa non solo dal punto di vista economico come prestazione non pagata, ma come disponibilità disinteressata a vivere in una prospettiva di relazioni solidali con gli altri, di sviluppo e valorizzazione del bene comune.

E’ anche una scelta di realizzazione personale,

perché i volontari traggono dalla propria esperienza di dono motivi di arricchimento sul piano interiore e sul piano delle abilità relazionali, perché il volontariato è in tutte le sue forme e manifestazioni, espressione del valore della relazione e della condivisione con l'altro. Separandosi da queste radici rischierebbe di "professionalizzarsi" perdendo il primario impegno alla rimozione delle ragioni più profonde del disagio e dell'emarginazione.

Il volontariato fa emergere bisogni, tutela e promuove i diritti dei cittadini, a partire dagli "ultimi", svolge una funzione di anticipazione, a partire da interventi caratterizzati da rapporti personali in grado di coinvolgere e creare opportunità per la valorizzazione delle persone.

Proponendo la centralità della persona e vivendo rapporti di reciprocità con gli altri, il volontariato crea legami sociali, beni relazionali e opera in controtendenza rispetto alla deriva economicistica della società. Contro questa deriva, il volontariato sente di dover svolgere una funzione progettuale e politica, per contribuire a definire un modello di società basato sulla giustizia, sui diritti e sui doveri di tutti, sulla tutela, lo sviluppo e la valorizzazione del "bene comune", con un'unica bandiera, quella della solidarietà.

La FIVOL (Fondazione Italiana per il Volontariato) proprio sulla gratuità, ha dedicato più seminari di riflessione, redigendo un documento

di ampio respiro che, per la sua ricchezza, riportiamo in sintesi:

## Il problema della Gratuità

Tra i criteri comunemente utilizzati nel definire l'azione volontaria, occupa un posto di rilievo quello della gratuità, intesa in senso negativo come assenza di retribuzione per le prestazioni del volontariato ed in senso positivo come atteggiamento etico che privilegia il fine solidaristico ed altruista rispetto a quello utilitarista. I volontari devono continuamente chiedersi perché fanno certe cose, perché dedicano tanto tempo all'impegno gratuito, in fondo devono chiedersi "chi glielo fa fare?".

Infatti la vera differenza insita nell'azione volontaria è la spinta motivazionale, è **il Perché**. Le persone arrivano all'impegno volontario per tante strade ed in tanti modi diversi, ognuno ha le sue ragioni che vanno valutate e non nascoste: molti giovani si avvicinano con la speranza di un lavoro (chi può giudicare di fronte ad un problema così drammatico e diffuso?), altri per la ricerca di amici, altri di senso per la propria vita; le persone anziane hanno e portano tanti e vari motivi per arrivare a fare volontariato.

Ogni persona deve essere accolta per ciò che è, ma può essere aiutata a crescere nel-

l'impegno. Ognuno ha i suoi tempi, le sue modalità, il suo livello di consapevolezza: l'importante è dividerlo e confrontarlo con quello degli altri, dalle persone vicine, a coloro che in altri contesti hanno fatto le stesse scelte.

### **Le ambiguità dell'altruismo**

Nel tempo si è fatta strada la convinzione che l'azione volontaria viva in simbiosi con il concetto di gratuità. Termine, questo (col suo corollario di altruismo, disinteresse, dono), evocatore di grandi generosità e spirito di dedizione ma che, se non specificato, può essere fonte anche di grande confusione.

In un contesto di volontariato maturo l'azione reale svolta del volontariato ci aiuta a superare ogni perplessità: nei comportamenti, anche quotidiani, attraverso i quali viene svelato il significato profondo della relazione che si stabilisce tra "donatore" e "beneficario". Le "ambiguità" dell'altruismo, però, sono reali solo là dove il volontariato è inteso ancora in senso assistenzialistico e dove l'aiuto verso l'altro è vissuto come una posizione di potere sull'altro.

Le cose cambiano radicalmente se il gesto del dono si riscatta attraverso finalità ed operatività che evidenziano non solo la crescita personale di chi "dona" (lo sviluppo

di un senso civico di responsabilità), ma anche e soprattutto l'impegno per il superamento delle differenze e asimmetrie iniziali (io do - tu ricevi), attraverso la promozione delle autonome capacità di gestire il proprio sistema di diritti e doveri da parte del "beneficario", il tutto in un quadro di condivisione di valori di uguaglianza.

### **I significati della "Gratuità"**

Vi è una traduzione ingenua del significato di gratuità che vuole il volontariato completamente estraneo al rapporto con il denaro. Una concezione accattivante, in un'epoca in cui tutto sembra assorbito dal mercato ma, purtroppo, astratta perché non considera che la forma più elementare di azione prosociale è proprio il conferimento di denaro per una finalità sociale (sono un esempio la raccolta di denaro organizzata periodicamente dalla LILA per aiutare la ricerca sull' AIDS o le vendite di piante organizzate dalla AISM per sostenere la ricerca sulla sclerosi multipla). La necessità del denaro per attivare azioni solidali, per promuovere interventi e implementare strutture di servizi, è una realtà. Non scontata e quindi fondamentale è invece la distinzione tra il profit e il non profit; nel secondo caso (ed è il caso delle associazioni e dei gruppi di volontariato) il denaro può

essere raccolto per fini sociali e non a fini di lucro ed è questa la prima vera distinzione che conta.

D'altra parte, non meno ingenuo è pensare che un'azione volontaria gratuita sia di per sé socialmente valida ed efficace. Credere che nel disinteresse ad ottenere benefici economici sia implicita la riuscita dell'impegno di volontariato è come affidarsi ad un'equazione che non considera la complessità dell'azione solidale moderna non riducibile alla sola sfera delle motivazioni personali o di gruppo. Non bisogna stancarsi di fare chiarezza su questo aspetto perché l'azione del volontariato, i servizi e gli interventi che attiva, non possono ormai prescindere dal riferimento a una cultura compiuta dei diritti. La natura dei servizi offerti dal volontariato esprime una forma di solidarietà sociale fondata sulla gratuità e oggi, di fronte alla persistenza e all'accrescersi delle quote di disagio ed esclusione sociale, questo bagaglio di esperienza, motivazioni e valori va speso per elaborare una nuova cultura della cittadinanza e per continuare a sperimentare nuove azioni senza perdere di vista l'adesione ai principi di giustizia.

Conoscere il significato dei concetti e dei riferimenti valoriali che si usano e che si condividono è allora necessario non solo per fugare i dubbi circa la loro fondatezza e

spendibilità sociale, ma per evitare di qualificare l'azione solidale con "vuoti aggettivi", per evitare atteggiamenti puristi e per non rifluire nella generica indistinzione delle buone azioni. In questo senso, sottrarre il concetto di gratuità alla confusione delle affermazioni di principio è un altro passo nella direzione di un volontariato che non cresce solo sulla volontà e sullo spirito di dedizione individuali, ma che poggia la propria azione sull'attenzione ai gruppi dello svantaggio sociale, sul senso di responsabilità e di partecipazione alla vita sociale, sul rispetto delle differenze e sulla capacità di progettazione e incisività politica.

Si è portati ad ammirare chi si sacrifica per gli altri e a pensare che la società sarebbe migliore se le azioni degli uomini fossero sempre disinteressate ma è poca cosa sperare in cambiamenti significativi se non si capiscono i fattori che alimentano l'azione sociale e soprattutto se non si contribuisce ad alimentare il legame sociale migliorando la qualità della cittadinanza.

## **Il dono**

Oggi, più di ieri il dono e la gratuità sono concetti da riscoprire perché non implicano qualcosa di ovvio. La società moderna non solo rende più misterioso e ambiguo il dono, ma, in parallelo, lo



rende un fenomeno complesso, sotto ogni profilo, psicologico, culturale, sociale e anche economico. Poiché infatti, la gratuità esclude lo scambio, ma è atto disinteressato, per la mentalità corrente ciò non favorisce la relazione dato che la nostra società immersa nell'economia di mercato fa fatica a concepire la gratuità: tutto ha e deve avere un prezzo e costituire uno scambio. Il dono è invece gesto di libertà che ha come interesse proprio quello di suscitare la libertà e il bene del soggetto cui è destinato. Il dono è dunque tale se produce un'attesa di bene e non una passività disinteressata. Questo legame tra chi dona e chi riceve esclude il calcolo e l'obbligatorietà, richiede però il primato dell'etica. Ecco perché la modernità non è ben disposta ad accogliere né il dono, né la gratuità: il dono non è funzionale al mercato, la gratuità non ha prezzo economico né peso giuridico, si chiede il primato della morale sugli imperativi economici e politici della società. Quanto più si vuole ridurre la legge morale a esercizio della propria individualità – “mi piace”, “mi interessa”, “non mi dà tornaconto”, ecc. – eliminando lo spazio della solidarietà, della generosità, della promozione, dell'altro/a, tanto più è difficile recuperare il valore sociale del dono.

Stefano Zamagni, studioso dell'economia sociale e oggi presidente dell'Agenzia per le Onlus, afferma che *“il volontariato incarna e testimonia con i fatti un valore irrinunciabile: il dono. Senza la cultura del dono, senza azione donativa, una società avanzata come la nostra, basata sul-*

*l'economia di mercato, è destinata a disumanizzarsi; quindi l'unico modo per evitare il rischio disumanizzazione è quello di consentire a tutte le strutture della società civile di praticare lo spirito del volontariato". (...) ma "Il dono come reciprocità non è una virtù che l'uomo porta con sé dalla nascita, deve educarsi ad esso, e normalmente lo fa attraverso l'azione volontaria. Dirò di più: l'educazione al dono è il compito principale del volontariato, la sua mission, la sua funzione più importante. Il volontariato è l'unica scuola dove si impara la pratica del dono come reciprocità, che è cosa diversa dalla gratuità. Il volontariato, infatti, è innanzitutto gratuità: è educazione".*

Della gratuità abbiamo bisogno, è necessaria alla vita sociale, non è faccenda superflua, né meramente privata. Senza un minimo di gratuità le relazioni sociali non potrebbero costituirsi; e perché i vari elementi della società si compongano armonicamente è indispensabile la dimensione della gratuità e del dono.

Certo la modernità ci costringe a ripensare il dono e a liberarlo da schemi e ingabbiature che nel passato lo rendevano una costrizione per talune persone e una pretesa per altre, per dargli vera forza vitale. Liberare il dono significa aprire ogni relazione sociale, di lavoro, di politica, di volontariato, alla dimensione più umana, più generativa di bene comune.

## IL NUOVO VOLTO DEL VOLONTARIATO

All'interno delle organizzazioni di volontariato sono in atto cambiamenti che destano qualche campanello di allarme. Innanzitutto è cresciuta la propensione alla gestione delegata dei servizi sostenuta da una professionalizzazione delle competenze interne e da una maggior dipendenza dal finanziamento pubblico, soprattutto nel settore sanitario, ed è evidente che per le OdV che operano esclusivamente sulla base di una convenzione o di una sovvenzione, la critica verso l'Ente Locale e i suoi affini diviene più rischiosa e labile.

Giovanni Nervo, Presidente Onorario della Fondazione Zancan e definito *“il patriarca del volontariato”* “in un'intervista rilasciata a Sara De Carli per la rivista *“Communitas”* afferma che il rischio per il volontariato è la perdita del *“tesoro della gratuità”*.

*“Il volontariato è cresciuto in fretta – afferma Giovanni Nervo – ha avuto problemi di adolescenza e ora ha la complessità di chi, diventato adulto, ha messo su famiglia, ha anche qualche capello bianco, sintomo di incipiente vecchiaia. E' ancora in buona salute, ma con qualche problema (...) principalmente il rischio di perdere il senso della gratuità. (...) Nell'evoluzione di que-*

*sti trent'anni, il volontariato ha sperimentato il passaggio dal lavoro volontario gratuito alla convivenza con la cooperazione sociale, con qualche perdita di identità nella confusione tra volontariato e impresa sociale, enti non profit, Onlus, economia sociale. Questo non facilita certo lo sviluppo del volontariato come lavoro gratuito.”*

*“Si può pensare - è ancora Mons. Nervo nel libro-intervista di Preziosi - che il volontariato avrà un futuro significativo se riuscirà a soddisfare quattro condizioni:*

- ruolo di innovazione e di interpretazione dell'evoluzione della società;*
- ruolo critico nei confronti delle istituzioni;*
- rapporti corretti e chiari con le altre componenti del terzo sistema (settore);*
- formazione alle sue motivazioni e ai suoi compiti“.*

*Infatti “(...) Il volontariato non è nato e non si è sviluppato per i contributi degli enti locali né grazie alle facilitazioni fiscali dello stato, ma da una forte spinta ideale di servizio e talvolta anche da una volontà tenace e decisa di cambiamento“.*

Il volontariato d'altra parte è chiamato ad avere un ruolo sempre più importante nell'attuale società e modello di welfare.

Alessandro Meluzzi nel suo libro “ErsAgape” afferma che *“il volontariato compie oggi qualcosa di davvero indispensabile in un mondo*

*sempre più squilibrato, a dispetto della globalizzazione che dovrebbe sanare le disarmonie geopolitiche, invece di fomentarle. Quanto nel 'welfare state' era dato a ognuno di noi, non sarà più garantito in futuro, e sarà allora il volontariato, la solidarietà diffusa, a rendere possibile la necessaria assistenza e accoglienza dei più bisognosi, in una società che verrà pertanto a qualificarsi come 'welfare community'. Si tratta in questo senso, di un volontariato che si avvia a diventare 'necessariato', in quanto forma di supporto sociale di cui non si potrà più fare a meno. Il mondo è più povero e più triste di quanto noi immaginiamo. Per questo dico che oggi è il tempo dell'amore volontario, che non è qualcosa di accessorio, ma è imperativo categorico per chi lo vive, ed è necessità per chi lo riceve."*

*"(...) E' questa miscela di forza, di soggettività e di libertà a connotare l'azione di ogni uomo che vuole soccorrere ogni altro uomo che incontra sulla sua strada. Questo è il senso del volontariato. Ed è anche la sua forza profetica e, perché no, la sua carica eversiva"(...) Voglio suggerire che un'opera è sociale in relazione all'atteggiamento che anima chi la compie, e non in base al tipo di 'prodotto trattato' come verrebbe da dire in un sistema fondato sull'economia delle merci. Il lavoro è sociale non se si occupa di cose sociali, ma in riferimento alla dimensione intima del soggetto che compie un tale servizio e delle personali idee, emozioni e motivazioni che lo muovono"*

In questa nostra società nella quale le persone pensano solo più al “proprio orticello” come scriveva Voltaire nel celebre “*Candido*”, diventa difficile pensare vi siano persone che dedicano una parte del proprio tempo libero a favore degli altri.

Infatti il denaro e la ricchezza fanno camminare la nostra società consumistica, priva di valori, ma Giovanni Paolo II ha ricordato più volte che “*il denaro molte volte porta alla schiavitù*”.

Molte persone si avvicinano al volontariato perché è successo qualcosa di grave nell’ambito dei propri affetti: una persona cara che viene a mancare, un grave incidente stradale di un amico, o un fatto di rilevanza nazionale che ribaltato dai mass - media e dalle televisioni nelle case della gente, creano nelle persone più sensibili, un senso di impotenza ma nello stesso tempo crea in loro una molla per impegnarsi a “fare qualcosa per gli altri”.

Molti volontari partono quindi da un’esperienza del dolore, da una lacrima e non da un sorriso, per poi, alle volte, abbandonare il servizio di volontariato, quando il dolore lenisce.

Bisogna costruire nella speranza e non nel ricordo ed il volontariato è gioia di donare se stessi agli altri, per cui c’è esigenza di moltiplicare il dono, garantendo soprattutto la continuità del dono nell’azione volontaria e nell’impegno sociale.

Purtroppo molte volte le persone non riescono più a pensare ad una azione che non sia legata ad un profitto, per sé o per gli altri, e quindi non riescono a concepire chi si spende in azioni di solidarietà, con sacrificio, alle volte con umiliazione, senza averne un profitto.

E' puramente un fatto culturale dettato dalla società del benessere, nella quale vi è il primato dell' "avere" sull' "essere": prima viene l'IO egocentrico su tutto, poi vengono gli altri, e non importa se GLI ALTRI stanno male e molte volte sono sotto la soglia della povertà, perché l' IO viene prima di tutto e il resto non ci interessa.

Siamo in una società ricca di economia, ma se venisse a mancare il volontariato, diventerebbe una società povera, perché verrebbero a mancare le motivazioni forti della solidarietà e del mutuo aiuto che in passato ha contribuito a far diventare il nostro popolo, una nazione.

Bisogna invertire la scelta personalista e materialista di questa società, per riscoprire i veri valori della vita, riscoprendo la "gratuità" come valore prima di tutto morale, quindi civico, della solidarietà fra le persone e fra i popoli, ed infine come dono, come atto d'amore.

E quanti fanno già volontariato, riscoprono fino in fondo lo spirito della Legge 266/91 (Legge quadro sul volontariato), la profondità del suo

spirito, laddove afferma che *“La Repubblica italiana riconosce il valore sociale e la funzione dell’attività di volontariato come espressione di partecipazione, solidarietà e pluralismo, (...) e per attività di volontariato deve intendersi “ (...) quella prestata in modo personale, spontaneo e gratuito, tramite l’organizzazione di cui il volontario fa parte, senza fini di lucro anche indiretto ed esclusivamente per fini di solidarietà”*”.

Non ha valore soprattutto per la qualità dei servizi che riesce a organizzare, ma per i valori di solidarietà, di rispetto delle persone, della loro dignità e dei loro diritti, di spirito di servizio che riesce a trasmettere in chi fa questa esperienza, specialmente nei giovani, e nel contesto in cui opera.

Il volontariato, se autentico, è una scuola di vita: il suo maggiore risultato è di trasferire i valori vissuti nel servizio di volontariato anche in tutti i rapporti familiari, di vicinato, di lavoro, di vita politica. Ma per far questo è necessario che conservi e rafforzi la sua identità specifica basata su gratuità e solidarietà.

Si è già detto della gratuità che non accetta secondi fini o vantaggi indiretti ma che è dono di sé, gesto di amore per fini di solidarietà valore che non ha prezzo e non ha tempo.

Sul concetto di solidarietà si è soffermato recentemente anche Papa Ratzinger affermando che solidarietà *“significa sentirsi responsabili gli uni*



*per gli altri: i sani per i malati, i ricchi per i poveri, i continenti del nord per quelli del sud; significa anche avere la consapevolezza che mentre diamo noi riceviamo e che possiamo dare sempre e soltanto ciò che a nostra volta abbiamo ricevuto e quindi non appartiene a noi in esclusiva". (In Cammino Verso Cristo – Edizioni San Paolo 2004 )*

La Caritas lombarda ha riflettuto molto su questo tema, e nel 2002 ha pubblicato un documento dal titolo "Volontariato e testimonianza della carità" di grande respiro, che è utile ricordarne alcuni passaggi.

*"Il volontariato è uno dei possibili segni concreti di uno stile di vita cristiana della persona che informa la propria esistenza a partire da alcuni valori fondativi quali la gratuità, il dono, il rispetto della dignità dell'altro, la condivisione, la sobrietà. (...) L'azione volontaria incarna una scelta di stile di vita imperniata sui valori e sulle esperienze di dono e gratuità (...)".*

Ma *"la gratuità non può essere considerata solo come una categoria economica. Non si tratta di contrapporre il servizio gratuito a quello professionale retribuito, ma di dare significato e senso alla gratuità intesa come valore che guida la relazione, che dona in maniera disinteressata; che rispetta l'altro senza obbligarlo alla relazione, senza pretendere una restituzione. La gratuità*

*qualifica la relazione, informa la mentalità dei progetti di vita, è una dimensione qualificante dell'essere cristiani...”.*

Il volontariato si contraddistingue per la sua intrinseca volontà a muoversi verso, ad andare incontro all'altro, alla comunità. In questa prospettiva, la reciprocità non è mai intesa come misura della relazione, ma come legame che si crea tra le persone in virtù del dono gratuito.

Il dovere morale della trasparenza, dell'onestà, della giustizia, devono essere alla base di ogni comportamento di chi fa volontariato, come valore aggiunto e motivazione forte del proprio agire nella società.

Certo, molte volte si è attratti dal denaro, molte volte si è attratti dalle sirene delle amicizie o di quanti offrono delle posizioni di favore o dei privilegi in cambio del nostro impegno. Diffidiamo da queste persone e non vendiamo il patrimonio di libertà e di valori di cui è portatore il mondo della solidarietà, perché non c'è ricchezza al mondo più grande, del servire senza inganni il nostro prossimo.

Si parla oggi in Italia di “crisi di valori”. La caduta del senso della socialità ha prodotto tendenze egoistiche, gonfiando il catalogo dei diritti e delle pretese dei singoli, esaltando l'individualismo e lasciando in ombra i doveri, le relazioni, le responsabilità. La crisi di partecipazione e di

responsabilità personale è sfociata in un atteggiamento di abdicazione rispetto al pieno esercizio dei diritti e dei doveri di cittadinanza.

In questo contesto risultano penalizzate le più diverse categorie e soprattutto le fasce sociali più povere non solo perché prive di risorse economiche, ma soprattutto perché più indifese di fronte ai soprusi.

*“La responsabilità di tutto ciò è anche di quei cristiani che hanno dato una controtestimonia, abbandonando i loro principi ispiratori, o che hanno ceduto alla tentazione di rifugiarsi in se stessi e di rendere privata la propria fede. Nonostante i tanti appelli della Chiesa e del suo Magistero, la dimensione sociale della vita cristiana non è maturata nella coscienza e nel costume comuni come avrebbe potuto e dovuto. Anche a questo ambito si possono applicare le parole del Consiglio Permanente della CEI: «Se non abbiamo fatto abbastanza nel mondo, non è perché siamo cristiani, ma perché non lo siamo abbastanza» (documento CEI Stato Sociale ed educazione alla socialità, 1995).*

Paolo VI nell'Esortazione Apostolica *“Evangelizzare nel mondo contemporaneo”* affermava che *“l'uomo contemporaneo ascolta più volentieri i testimoni che i maestri, o se ascolta i maestri lo fa perché sono dei testimoni”* ed è per questo motivo, a mio parere, che molte persone

rifuggono da un impegno diretto in opere di solidarietà, perché spesso, non hanno di fronte dei maestri credibili.

Succede nella scuola, succede nella società e nella politica, ma anche nel volontariato, per questo dobbiamo essere maestri, dobbiamo cioè cercare di insegnare quella cultura della gratuità e delle solidarietà, essendo testimoni, senza finzioni e senza inganni.

Chi opera nel volontariato ha il dovere della testimonianza, ancorato alla speranza che può trasformare l'utopia in certezza.

## CONCLUSIONI

La forza del volontariato sta nei valori di cui è portatore, nelle motivazioni de suoi attivisti, nel consenso che può ottenere e nell'azione politica che può esercitare. Ma il volontariato è fragile, non può disporre di grandi risorse e grandi strutture organizzative, ed è precario. La sua forza sta nelle persone. Di conseguenza, la sua efficacia e il suo stesso futuro dipendono dalla formazione dei volontari a cui è richiesto di avere l'occhio attento e la sensibilità vigile per cogliere i bisogni emergenti e di rischiare per intervenire tempestivamente, per cogliere la radice e la globalità dei problemi e di porsi come interlocutori delle istituzioni e stimolatori di politiche sociali a tutela dei più deboli.

Mi è capitato di leggere da qualche parte di un manager non molto lungimirante che ha affermato che i "sognatori" sono i deboli di questa nostra società ed allora, io che sono un romantico sognatore, mi sono chiesto il perché, rivendicando l'utilità della presenza dei sognatori in questa società, che forse perderanno sempre nei confronti dei "furbetti del quartierino", ma che lo faranno credendo sempre che un mondo nuovo è possibile, solo se lo vogliamo veramente.

Parlare di felicità è molto di moda. Si organizzano convegni e dibattiti, si scrivono libri e ricettari. Eppure, nelle nostre società nulla sembra più incerto e fuggente della felicità. Gli psicologi dicono che abbiamo perso la capacità di desiderare e di lottare per ottenere ciò che sogniamo. Siamo spesso depressi e insoddisfatti.

La televisione ed i mezzi di informazione ci propinano continuamente guerre e uccisioni, un futuro incerto dell'economia, per cui i giovani si sentono insicuri, fragili, incerti del proprio destino, del lavoro, negli affetti, nel relazionarsi con gli altri, mentre devono invece ritrovare la forza di credere in un futuro migliore, ancorato ad un sogno.

Benigno Zaccagnini, un giorno parlando ai giovani, li invitò ad attaccare il proprio carro ad una stella, la più alta del cielo, per spostare anche di un solo passo, il confine del possibile e del realizzabile.

Ed anche se per i giovani, è difficile, più di tutti, avere voglia di sognare, accontentandosi di una vita mediocre, proprio loro devono investire nella forza dei propri sogni, per dare prospettiva al proprio futuro, perché la speranza non è utopia, se cammina con le gambe degli uomini.

Ogni persona di questa società, ricca o povera che sia, ha diritto ad avere un sogno, anche i più sfortunati, gli emarginati, perché ognuno ha

diritto ad avere un futuro migliore, e non c'è cosa più bella del volto di un giovane sorridente.

Credere nel proprio futuro, ci fa sentire più liberi e più forti, consapevoli che la realizzazione dei propri ideali ci aiuta a vivere meglio il nostro presente, per una cittadinanza attiva, consapevole, partecipata, nella costruzione di un futuro migliore, di una società solidale.

Emily Dickinson affermava che “per fare un prato ci vogliono un filo d'erba, un'ape e il Sogno; e se il filo d'erba e l'ape non ci sono, il Sogno può bastare”

Peppino di Capri nella Sua celebre canzone “Il Sognatore” diceva *“Son diventato un sognatore/Per sentirmi meno solo/E per non sapere più quanti anni ho/Son diventato un sognatore/Vendo sogni per mestieri/Canto pure le canzoni che non so/Mi basta avere gli occhi chiusi/Per fotografare il mondo/E per guardare in negativo/Quanto il mare sia profondo/E questa ruga che ho sul viso/È il tatuaggio di un dolore/To sono un sognatore/Mi sono perso fra le stelle/E tra amori a buon mercato/Ho toccato in fondo della libertà/C`e chi mi dice che son folle/O che sono fortunato/Perchè chi sogna delusioni non ne ha(...)”*

Il Sognatore non pensa al concreto come primo obiettivo, il sognatore pensa al “possibile”, chiamatela ancora di salvezza, via di fuga, chiamatela un po' come volete, ma il sogno è la più grande

arma del Sognatore. Non se ne separa mai, nè nei momenti più belli, quando il futuro diventa qualcosa di abbagliante, nè nei momenti più bui e brutti, quando il Sognatore ci si affida per riuscire a resistere, a tenere duro.

Le speranze, i sogni. Sono le cose che fanno in realtà più male al Sognatore, che lo rendono più vulnerabile, che lo rendono una persona facile da ferire.

Luis Sepùlveda il 16 Aprile del 2002 fu chiamato a tenere un discorso alla Biblioteca Nazionale di Santiago del Cile nel corso della presentazione della casa editrice *“Crediamo Ancora nei Sogni”* ed in quell’ambito, fece un discorso che diventò un vero e proprio trattato in difesa dei sognatori : *“(…) Sogno, non mi importa se una certa visione del lucro come unico traguardo dell’uomo stigmatizza i sogni e i sognatori. Mi considero un sognatore, ho pagato un prezzo abbastanza alto per i miei sogni, ma sono così belli, così pieni e intensi, che ogni volta tornerei a capo a pagarlo. Credo che non ci sia sogno più bello di un mondo dove il pilastro fondamentale dell’esistenza è la fratellanza, dove i rapporti umani sono basati sulla solidarietà, un mondo in cui siamo tutti d’accordo sulla necessità della giustizia sociale e ci comportiamo di conseguenza(…)”*.

Io credo che o i sogni sono accompagnati da una grande audacia, o smettono di essere sogni. Se non siamo audaci, se non siamo terribilmente



audaci con i nostri sogni e non crediamo in loro fino a renderli realtà, allora i nostri sogni appassiscono, muoiono, e noi con loro.

Crederne nei sogni è una magnifica opportunità per rivendicare la giustizia di quanto sogniamo e vogliamo : sogniamo che un altro mondo è possibile e realizzeremo quest'altro mondo possibile.

Ancora Sepùlveda “(...) *Le mie storie sono scritte da un uomo che sogna un mondo migliore, più giusto, più pulito e generoso. Le mie storie sono scritte da un cileno che sogna di veder realizzato in questo paese il sogno più bello, quello di sederci tutti con fiducia alla stessa tavola, senza la vergogna di sapere che gli assassini di coloro di cui sentiamo la mancanza non ricevono il giusto castigo. E questo sogno si concretizzerà il giorno in cui sapremo dove sono coloro di cui sentiamo la mancanza, perché scoprendolo la nostra memoria non avrà più aperte le ferite dell'incertezza, il balsamo della giustizia s'incaricherà di chiuderle e potremo continuare a sognare, perché solo sognando e restando fedeli ai sogni riusciremo ad essere migliori e, se noi saremo migliori, sarà migliore il mondo.*”

La nostra società se abbandona i sognatori, è destinata al declino, perché non avrà capito che di amore e pace, prima di tutto, ha bisogno il cuore dell'uomo.



## I FALSI MODELLI

Nel corso delle vacanze estive, leggendo i giornali, tra le notizie proposte tra gossip e politica, è apparso un servizio sul settimanale Panorama di fine agosto, dal titolo “Quando il male paga” di Lucia Scajola e Antonella Calmieri, sulla celebrità consacrata dalle cronache giudiziarie, che merita essere ripreso e commentato.

E' una riflessione sulle nuove celebrità create dai mass-media la quale meriterebbe di essere dibattuta e diventare oggetto di approfondita riflessione: a chiunque non sarà sfuggito... bastava dare un'occhiata sulla passerella dei media..

Prima icona: il fotografo Fabrizio Corona arrestato il 12 Marzo 2007 con l'accusa di concorso in estorsione, ha trasformato la sua vicenda in business e il suo nome un marchio, dilaga su magliette, occhiali, mutande, ogni giorno ne inventa una per fare quattrini.

Seconda icona: il banchiere Giampiero Fiorani. Arrestato nel dicembre dello scorso anno per associazione a delinquere finalizzata all'aggiotag-

gio, è diventato il personaggio più fotografato dell'estate.

Terza icona: la signorina Francesca Zenobi. Damigella per signori danarosi in cerca di compagnia, ha scoperto dopo le sniffate della notte brava trascorsa a fine luglio con l'onorevole Udc Cosimo Mele, di essere pronta al grande salto in TV; L'isola dei famosi e grande fratello.

Cosa succede ?

Perché le vicende giudiziarie sono diventate un vantaggioso investimento di immagine? Perché nell'opinione comune la stessa nozione di morale si è trasformata in una specie di strofinaccio sporco da buttare?

Un tempo la morale veniva prima di tutto e la televisione, così come i giornali, davano spazio ai buoni sentimenti, alle buone azioni, ai modelli da imitare, mentre oggi, nell'epoca degli indici di ascolto, nel quale le aziende investono una quantità di denaro nella pubblicità dei programmi con maggior indice di ascolto, la quale non va mai di pari passo con la qualità.

Ed allora si sbattono in prima pagina gli scandali e quando non ci sono, si inventano, quasi a farne diventare delle Star.

Un tempo un politico che veniva scoperto con una donna diversa dalla propria moglie, diventava uno scandalo e si elevava dall'opinione pub-

blica una protesta che alle volte portava alle dimissioni del politico, mentre ora, non solo passa nell'indifferenza della gente, ma addirittura viene intervistato nella sua abitazione e tra i compaesani, diventandone una star.

I personaggi dello spettacolo un tempo, prima dell'avvento della TV commerciale, erano artisti nel vero senso della parola mentre oggi, il più delle volte, i programmi sono pieni di urlatori senza arte né cultura e quelli sotto processo per concorso in estorsione, come Fabrizio Corona, diventano una star e commerciano persino gli slip con il suo nome *“Chi non finisce in galera non conta niente e ora sono più ricco di prima”* ha affermato lo stesso Corona ed in edicola circola il CD con le canzoni che ascoltava mentre era in carcere.

Uno dei massimi filosofi del nostro secolo, Zygmunt Bauman afferma che *“(...) E' tutta colpa dei media. Sono loro i grandi burattinai. Sono loro che per trarre profitto non esitano a portare in vetrina personalità discusse e negative, dandone un'immagine di credibilità, trasformandoli in idoli”*, mentre Enzo Bianchi afferma che *“(....) si vanno diffondendo comportamenti quotidiani che rappresentano <piccoli passi verso la barbarie> e che, compiuti da persone enfatizzate dai media, divengono esemplari e meritevoli di imitazione. Stiamo così slittando a ritroso rispetto al cammino che la cultura e la*

*società ha ritenuto doveroso intraprendere dopo la manifestazione del male assoluto dei totalitarismi del XX Secolo: c'è indifferenza verso i principi fondanti la democrazia, rifiuto di ogni responsabilità onerosa, fastidio per qualsiasi orizzonte comunitario, volgarità nel confronto sociale(...)"*.

Si dice che i giovani d'oggi non hanno ideali, sono privi di valori, ma quali modelli propina loro questa società?

Ed allora oggi, più di ieri, il dono e la gratuità sono concetti da ritrovare perché non è ovvio ciò che essi implicano. Infatti la gratuità esclude lo scambio, ma è atto disinteressato e per la mentalità corrente ciò non favorisce la relazione dato che la nostra società non è in grado di concepire la gratuità. Tutto ha e deve avere un prezzo e costituire uno scambio.

Il dono è invece gesto di libertà che ha come interesse proprio quello di suscitare la libertà e il bene del soggetto cui è destinato.

Se i mezzi di informazione e la TV propinassero questi valori, soprattutto ai più giovani, magari gli indici d'ascolto sarebbero inferiori, la pubblicità farebbe vendere meno prodotti di consumo, liquori e pannolini, ma sarebbe una società più giusta, meno urlata e più solidale, nella quale sarebbe un valore non la furbizia, ma l'amore.

# P O S T F A Z I O N E

**Renato Frisanco**

(Settore Studi e Ricerche Feo-Fivol)

## **I nodi problematici e le sfide per il volontariato di oggi**

### **1. Fenomeno con tanti “più” e qualche “campanello d’allarme”**

Se il volontariato organizzato fosse un’azienda si potrebbe dire che gode di ottima salute in base ai dati di input (fattore umano complessivamente presente, risorse economiche mobilitate) e di output (prodotto in termini di servizi, di utenti in carico e di esiti)

Il volontariato è ormai una componente strutturale del panorama sociale del Paese, sia in riferimento alle persone che operano con gratuità e solidarietà (i due requisiti tipici e distintivi del volontariato) che per numero di organizzazioni attive.

I volontari, che operano individualmente o in qualsiasi tipo di organizzazione e istituzione, sono stimati in Italia in oltre 4 milioni (ISTAT Multiscopo 2001) e rappresentano l’8,4 per cento della popolazione ultra14enne.

Il fenomeno del volontariato rivela un incremento anche in termini di organizzazioni. Nell'ultima rilevazione 2006 l'universo nazionale verificato consta di oltre 30.000 unità e le 13 mila organizzazioni esaminate .....danno conto della volatilità, mobilità e trasformazione che esse evidenziano nel tempo.

E' un fenomeno importante anche per il numero delle persone che coinvolge attivamente: oltre un milione di cui il 58% - vi opera fornendo il proprio apporto con continuità.

Le OdV possono contare anche su una folta componente di altre figure attive o non attive che riescono a coinvolgere: donatori di sangue e organi (che di fatto sono anche associati), religiosi e obiettori di coscienza (a cui oggi subentrano i giovani del servizio civile nazionale). Vi sono poi i soci non attivi o i sostenitori che forniscono base sociale e sostegno economico alle unità solidaristiche. Infine, all'interno delle organizzazioni cresce la quota di personale a vario titolo remunerato.

Nel complesso aumentano anche le entrate economiche delle organizzazioni e il riscontro è ancora più evidente tra le stesse unità che hanno partecipato alle due rilevazioni. Secondo i dati ISTAT il totale delle entrate delle organizzazioni di volontariato registrate passa da 675 milioni di euro del 1997 ai 1.119 milioni di euro del 2001 (+77,6%).



Aumenta anche l'offerta dei servizi alla persona e quindi il numero delle organizzazioni che se ne fanno carico (7 su 10) nonché, e in misura ancor più pronunciata, il numero degli utenti. L'ISTAT rivela una crescita dai 2,5 milioni di beneficiari diretti del 1997 ai 5,8 milioni del 2001.

Le **caratteristiche salienti** del fenomeno esaminato negli anni 2000 rivelano il seguente *trend*:

### **I. I processi in atto: tanti "più"**

1. trend incrementale del fenomeno per indicatori di input e di output
2. diffusione più equilibrata sul territorio nazionale
3. crescente espressione della cittadinanza attiva
4. identità nel servizio
5. potenziamento dell'assetto organizzativo-gestionale
6. più campi di intervento e specializzazioni
7. più associati e più professionisti nei gruppi
8. nuclei di volontari più piccoli
9. fenomeno composito per settori e vocazioni: i volontariati

- *diffusione più equilibrata sul territorio nazionale*. Come è stato rilevato anche per le altre organizzazioni *nonprofit* si sta attenuando il divario della solidarietà organizzata nelle diverse aree del Paese sia in virtù di un ammodernamento delle politiche sociali - in grado di favo-

rire l'iniziativa della solidarietà organizzata - che di uno sviluppo economico che in molte realtà del Mezzogiorno ha generato una maggior disponibilità dei cittadini all'azione gratuita;

- *crescente espressione della cittadinanza attiva*; la nascita delle organizzazioni è sempre più connotata dalla iniziativa di gruppi di cittadini rispetto alla tradizionale capacità di affiliazione delle centrali nazionali del volontariato o della promozione ecclesiale. Si tratta di gruppi di persone che a livello locale sono maggiormente in grado di tutelarsi, di rappresentare i bisogni, di affrontare i problemi, di fare opinione pubblica con una forte dinamica verso l'Ente pubblico;

- *l'identità nel servizio*: la crescita imponente di OdV che sono espressione della volontà di gruppi di cittadini di partecipare e di tutelarsi, ha largamente rafforzato la "secolarizzazione" del fenomeno e quindi la sua componente aconfessionale e apartitica nonché pluralistica all'interno delle compagini solidaristiche. Pertanto l'identità dei gruppi di volontariato – soprattutto di quelli di recente formazione - si esplicita nel servizio e nella tensione comune verso obiettivi di risultato più che nella condivisa matrice culturale o visione del mondo, laica o confessionale che sia, dei propri aderenti;

- *potenziamento dell'assetto organizzativo-gestionale*; è un fenomeno sempre più strutturato per operare in modo organizzato e manage-

riale. Le OdV sono sempre più formalizzate (96 su 100 hanno uno statuto), registrate con atto pubblico (6 su 100 sono gruppi informali), dispongono di almeno due organi di governo (9 su 100 ne hanno più di 1). La crescita più cospicua ha riguardato l'*organo di controllo* che dà conto della tendenza di adeguarsi alle norme di trasparenza e buona gestione richieste dall'iscrizione al registro del volontariato e dall'assunzione di convenzioni o di progetti. La maggioranza relativa ha anche un *regolamento interno* con cui definisce procedure e linee-guida di azione per gli aderenti;

- *più campi di intervento e specializzazioni*: più che le OdV dei tradizionali settori dell'assistenza sociale e sanitaria cresce l'incidenza percentuale delle unità che operano nei settori della partecipazione civica, in particolare negli ambiti della *protezione civile, della cultura, dell'educazione e della promozione sportiva e ricreativa*, dando conto di una maggior presenza e impegno attuale del volontariato in tutti i campi del sociale;

- *più associati e più professionisti nei gruppi*: diminuiscono consistentemente le organizzazioni composte dai soli volontari, in ragione di due fenomeni correlati:

la *crescita degli organismi di tipo associativo e mutualistico*: la maggioranza delle unità opera sia a vantaggio dei propri aderenti che dei non aderenti. In esse i soci garantiscono sostegno eco-

nomico e base sociale oltre che una mobilitazione generale negli eventi importanti;

una presenza *professionale nel volontariato organizzato*, con l'inserimento di operatori remunerati. Nel 2006 rispetto al 1997 le unità dotate di personale remunerato sono incrementate di 13 punti percentuali (25 su 100);

- *nuclei di volontari più piccoli*: le OdV sono per lo più piccoli gruppi di persone che nella maggioranza dei casi non superano i 10 volontari (6 su 10). Le organizzazioni di dimensioni maggiori (oltre 40 operatori, volontari e non purché attivi) costituiscono poco più di un quinto del fenomeno;

- *l'ampliamento del tessuto connettivo delle OdV*: la propensione ad entrare in contatto e a collaborare con soggetti pubblici e privati è ampia e significativa. Operare in modo separato e autarchico non è più una virtù per il volontariato – come lo era negli anni '70 - che sembra decisamente orientato verso una cultura delle sinergie operative;

- *fenomeno composito per settori e vocazioni: i volontariati*. Rivela molte sfaccettature a seconda dei settori di intervento (Welfare o altro), dell'aver o meno una base associativa, dell'essere unità semiprofessionalizzate o costituite dai soli volontari, dell'essere piccole o grandi, affiliate a centrali nazionali o localistiche, isolate o sinergiche, confessionali o a matrice composita, istitu-

zionalizzate o autonome rispetto al pubblico. La cluster realizzata dalla FIVOL nel 2001 riconduceva a 5 tipi le OdV operative nel nostro Paese:

1) quello *tradizionale di Welfare* (33%) che opera interventi socio-assistenziali, di tipo “leggero”, più in collaborazione con i servizi pubblici che in convenzione con gli Enti locali da cui ricevono tutt'al più contributi. Opera a vantaggio di molteplici categorie di soggetti in stato di disagio, bisogno o rischio, con risorse complessivamente limitate e con grande impegno dei volontari. E' sempre attuale per presenza e insorgenza;

2) il *volontariato specialistico* (16,8%), ovvero dedicato al settore della promozione della donazione di organi e, soprattutto, della promozione e raccolta del sangue (mediante il più longevo), capillarmente diffuso con le sue sigle nazionali in tutte le aree del Paese e il più integrato con le istituzioni pubbliche della sanità con cui opera in convenzione e da cui riceve rimborsi e sostegni. La sua strategia attuale è quella di fidelizzare i donatori più che di espandersi ulteriormente;

3) quello di tipo *“gestionale”* (21,3%), ovvero più sbilanciato nella gestione di servizi “pesanti”, spesso in ambito sanitario (trasporto, soccorso ed emergenza) e di protezione civile, che richiedono risorse strutturali, economiche e umane più ingenti, e comprensive di personale profes-

sionalizzato e remunerato. Rappresenta le organizzazioni dei grandi numeri, le più reticolari sul territorio e le più integrate operativamente con il pubblico dai cui finanziamenti dipendono maggiormente pur accedendo a più fonti finanziarie.

4) Il quarto tipo è rappresentato dal *volontariato dei beni comuni* (23,1%) operando nei settori della partecipazione civica (ambiente, cultura, istruzione ed educazione permanente, protezione civile, solidarietà internazionale); è emergente, collaborativo a progetti con gli Enti pubblici, dotato di volontari mediamente più giovani e orientato ad un forte impegno di sensibilizzazione nei confronti dell'opinione pubblica;

5) infine, il quinto tipo, è quello *residuale* (5,8%) per scarsa efficienza ed operatività; rappresenta le organizzazioni meno attive, meno attrezzate per risorse e capacità progettuale, meno sinergiche, ai margini del fenomeno e a rischio di estinzione.

Il quadro fenomenologico del volontariato è tuttavia **bifronte**: una serie di indicatori lo descrivono in crescita e altrettanti rivelano nodi problematici che, talvolta, più che una crisi di crescita segnalano una crisi di identità.

Nel mondo del volontariato non manca qualche **“campanello di allarme”** e le relative **sfide**:

#### QUALCHE CAMPANELLO D'ALLARME

1. propensione alla gestione delegata di servizi da parte di gruppi semiprofessionalizzati e dipendenti dai finanziamenti pubblici



No delega senza coprogettazione. No gestione senza partecipazione. Dalla cultura del fare alla cultura dell'agire

2. frattura tra piccole e grandi organizzazioni



à sostegno e partnership

3. assottigliamento interno delle OdV, invecchiamento dei volontari, problemi di ricambio



investire nella promozione dei volontari e nella loro valorizzazione

4. frammentazione del fenomeno



coordinamento e rappresentanza

5. attenuarsi del principio di gratuità ricorso ai rimborsi forfettari per fidelizzare i volontari (remunerazione in nero) a fronte di accresciute risorse economiche



recupero della funzione educativa; esplicitare la cultura del volontariato

6. tendenza a strutturarsi, a diventare istituzione con il rischio di perdere flessibilità organizzativa, aderenza ai valori fondativi e ai bisogni e a soffocare la dinamica partecipativa interna



à lavorare sulla motivazione e ravvivare la mission

**1) Il movimento del volontariato tende a frammentarsi:** cresce più in termini di nuove organizzazioni che per numero di attivisti al loro interno nonostante la nascita di molte organizzazioni a base associativa (per cui vi sono molte OdV a testa piccola e a corpo grande).

Tale *fenomeno* è dovuto al concorso di due fattori:

a) la difficoltà di molte organizzazioni a garantire il necessario e fisiologico *turn over* di volontari con l'inevitabile assottigliamento

b) la nascita di nuove organizzazioni basate sull'attività di pochissimi soggetti.

- Decresce il numero medio di attivisti per la *perdita di tensione verso l'impegno solidaristico* in quanto significa che vi sono oggi meno persone disposte a farsi carico in modo duraturo e responsabile delle organizzazioni, con il rischio di avere molte 'organizzazioni dei Presidenti' con fenomeni di personalismo dentro gruppi in cui il peso esercitato dai leader è decisivo. Aumenta così il rischio dell'autoreferenzialità e di perdere di vista l'insieme dei problemi, e di non essere in grado di costruire insieme agli altri soggetti la giustizia sociale, il bene 'salute, il bene 'ambiente', il bene 'cultura', i valori di cittadinanza. La frammentazione del fenomeno in tante piccole unità *rende molto più arduo realizzare forme di coordinamento*. Esiste il rischio di isolarsi e di essere una realtà marginale o di cer-



care rapporti privilegiati con l'amministrazione pubblica, eludendo l'apporto delle altre organizzazioni di settore, e questo sviscerisce la capacità di proposta e di 'cambiamento' che dovrebbe caratterizzare l'azione del volontariato.

La *sfida* che pone è quella di realizzare forme di collegamento, di lavoro di rete, di coordinamento del sistema volontariato su un determinato territorio che non sempre si verifica.

**2) Si accentua anche la polarizzazione all'interno del composito mondo del volontariato** (o dei volontariati) tra le organizzazioni più grandi con base associativa o aderenti alle sigle nazionali del volontariato e i piccoli nuclei di soli volontari, al di là del settore in cui operano o della funzione che svolgono. Se le prime appaiono ben rappresentate dalle loro strutture verticali o dalla partecipazione a federazioni e coordinamenti nazionali, sostenute dai finanziamenti pubblici e in grado di monopolizzare se non di condizionare l'offerta dei Centri di Servizio per il Volontariato, le seconde sono i piccoli gruppi di base del volontariato "informale", "puro" (solo aderenti non remunerati) o dalle "mani nude" (poco organizzato e con pochi mezzi e risorse), scarsamente rappresentati e partecipati di coordinamenti e consulte locali, alle prese con un difficile *turn-over* dei volontari, poco supportati dalle risorse pubbliche sempre più orientate verso un mercato sociale di servizi standardizzati.

**La sfida** al riguardo consiste nell'operare in funzione di una saldatura tra piccola e grande organizzazione. Serve pertanto una politica di cooperazione e collaborazione tra le une e le altre - e un reciproco riconoscimento di valore nei coordinamenti e nelle Consulte di appartenenza - così come uno stimolo al lavoro di/in rete, sia attraverso i criteri di assegnazione dei bandi pubblici che attraverso il finanziamento di progetti da parte dei Centri di Servizio.

**3) E' oggi particolarmente sentito anche il problema dell'invecchiamento dei volontari e quindi del ricambio** nelle organizzazioni di volontariato. I volontari sono collocati prevalentemente nella classe anagrafica di mezzo (46-65 anni) e si trovano quindi nel pieno della maturità umana e professionale. Anche in termini di incidenza questa classe anagrafica è decisamente cresciuta nell'ultima rilevazione. I giovani (al di sotto dei 30 anni) risultano invece presenti nel 43% delle OdV e prevalenti solo in 1 unità su 10, a segnalare un problema di ricambio, ma anche di convivenza intergenerazionale dentro le OdV, come conferma il dato che non più di 2 unità su 10 raccolgono volontari di più età anagrafiche.

**Sfida: investire nella promozione dei volontari e nella loro valorizzazione all'interno delle OdV.** Le OdV assorbono quindi meno di un tempo il dinamismo delle nuove generazioni e questo sembra dovuto non solo alla difficoltà

di tenuta di impegno sociale dei giovani per motivi inerenti alla loro condizione di vita (come il lungo tirocinio alla vita professionale e la relativa precarizzazione del lavoro), ma anche alle difficoltà delle organizzazioni di promuovere la partecipazione giovanile, di sapere accogliere i volontari in un contesto associativo caldo e motivato, di fornire stimoli formativi, rinforzi valoriali e possibilità di partecipazione dentro l'organizzazione, per venire incontro alla domanda di senso ed espressiva che per i giovani è molto importante. Il volontariato per un giovane è un'esperienza tra le molte con cui costruire la propria identità, quindi va tenuto conto di quelle che sono le loro specifiche esigenze<sup>3</sup>. Sappiamo ad esempio, che per loro è più facile impegnarsi in progetti che hanno un orizzonte temporale definito e con obiettivi semplici e misurabili.

La problematica del reclutamento giovanile non è distinta dal tema più generale di attrarre nuovi volontari che in tutte le ricerche sul fenomeno appare come il problema centrale delle organizzazioni di volontariato nonché condizionante il loro sviluppo e la loro capacità operativa.

<sup>3</sup> Il volontariato per i giovani è un'esperienza tra le molte e le possibili con cui costruire la sua identità<sup>3</sup>; ogni scelta è reversibile perché l'appartenenza all'organizzazione è decisa dal giovane che investe dove ha maggior ritorno in termini di beni simbolici (come esprimere e vivere dei valori, acquisire competenze e relazioni).

**E' un problema collegato a quello della promozione, valorizzazione e cura della componente gratuita da parte delle OdV.**

Tale penuria di risorse umane ha indubbiamente contribuito a rinforzare una duplice tendenza del fenomeno:

a) quella di dare rimborsi spesa forfetari, cioè non documentati, ai volontari (e quindi piccoli compensi in nero, in particolare proprio ai più giovani), per trattenerli a svolgere con costanza prestazioni richieste da specifiche convenzioni<sup>4</sup>.

b) quella di un maggiore inserimento di personale remunerato;

**4) Cresce la propensione alla gestione delegata di servizi sostenuta da una professionalizzazione delle competenze interne e da una tendenziale dipendenza dal finanziamento pubblico.**

Si tratta di una componente ancora minoritaria (oltre il 20% del fenomeno noto nel 2001) - presente soprattutto nell'area sanitaria dove ha assunto compiti di servizio ad elevata standardizzazione (soccorso ed emergenza) - ed appare ormai matura a passare all'impresa sociale.

**La sfida** per le organizzazioni di volontariato è quella di difendere la propria autonomia non

<sup>4</sup> Vi è poi anche la presenza di almeno 10.00 persone che ricevono rimborsi spese forfetari, vale a dire non documentati (il 7,1% delle unità esaminate), in relazione a fenomeni degenerativi circa il concetto di gratuità.

accettando deleghe senza progettazione comune, non diventando un fornitore di servizi, non accettando di gestire servizi di cui non si è condiviso il progetto e le modalità organizzative a salvaguardia dell'autonomia. No delega senza coprogettazione. No gestione senza partecipazione.

**5) Attenuarsi del principio della gratuità di cui il ricorso ai rimborsi spesa forfetari è un epifenomeno.** Altro segnale di un certo appannamento di questo requisito essenziale del volontariato, ben rimarcato nella legge 266 del 1991, ci viene da una domanda fatta nell'intervista a 495 volontari di due campioni, uno del cuneese e uno della Valle d'Aosta) i quali rispetto alle 9 parole chiave che identificano il volontariato, il concetto di volontariato, **segnalano per prime nell'ordine "utilità sociale" e "solidarietà"**. Se la seconda specifica lo scopo dell'azione volontaria, la prima indica il valore aggiunto sociale della stessa. Esse sono le uniche definizioni sintetiche di volontariato indicate dalla maggioranza degli intervistati. In particolare, la solidarietà è **patrimonio concettuale** dei soggetti con una carriera di volontariato più lunga, mentre utilità sociale è un concetto a cui fanno riferimento soprattutto i giovani, e quindi i volontari con minore anzianità di servizio e la componente maschile .

La coppia di definizioni che segue è, nell'ordine: "senza scopo di lucro" e "gratuità" con una

discreta priorità del concetto che associa il volontariato alla mancanza di “lucro”, condizione questa non specifica del volontariato e valida per tutte le organizzazioni di Terzo settore, chiamate non a caso proprio *nonprofit* (ovvero *not for profit*). La “gratuità” è invece caratteristica peculiare e distintiva del volontariato che, come si sa, è l’unica componente del Terzo settore che non può remunerare i propri aderenti.

**6) tendenza delle OdV a strutturarsi, a diventare istituzione e quindi a perdere flessibilità organizzativa, aderenza ai valori fondativi e ai bisogni e a soffocare la dinamica partecipativa interna**

**Sfida: lavorare sulla motivazione e ravvivare la mission.**

L’impegno al volontariato è mosso essenzialmente da una spinta **motivazionale** che presenta una struttura complessa. Nell’intervista ai 495 volontari solo pochissimi citano un solo tipo di motivazione rispetto ai 7 considerati e in non pochi casi gli stessi volontari menzionano contemporaneamente istanze diverse come quella “altruistica” (PER GLI ALTRI), la più diffusa in assoluto, e quella autograticificante e autoformativa (PER SE’), maggiormente esplicitata dai giovani. Importanti sono anche l’istanza “valoriale” («*dare un senso alla vita*») che riceve maggiore considerazione con l’avanzare della carriera di

volontario e quella “partecipativa”, assunta soprattutto dalle generazioni adulte. In definitiva, sembra esservi una **polivalenza di motivazioni** che conducono al volontariato.

In coerenza con la loro scelta prioritaria di fare volontariato in una OdV con cui condividere missione e obiettivi operativi, l'aspetto della propria organizzazione che ottiene il maggior apprezzamento da parte dei volontari consiste nella «*finalità o missione che l'OdV si è data*». Ciò ribadisce che la funzione promozionale di un'organizzazione di volontariato ha successo in virtù dell'attrazione che riesce ad avere sui cittadini la sua specifica finalità che deve essere chiara, credibile e coinvolgente. Presumibilmente anche per la **patente** concretizzazione di tale finalità. Non a caso il secondo elemento in ordine di apprezzamento è «*la capacità operativa o realizzativa*».

Dalle tendenze degli studi sul fenomeno emergono aspetti di criticità e nuove sfide che suggeriscono alcune direzioni di marcia:

- *dal fare all'agire*: a partire dagli anni '90 il ruolo del volontariato si è venuto maggiormente articolando e ridefinendo, per cui accanto a funzioni di *advocacy*, di forza di pressione e di proposta, di supplenza o di sperimentazione di nuovi servizi è sempre più importante l'assunzione di responsabilità nel Welfare rinnovato, anche in termini di compartecipazione alle deci-

sioni della politica sociale (*policy making*). Per sostenere tale ruolo è importante per il volontariato esprimere rappresentanze e acquisire cultura di governo esercitando quel ruolo politico che è l'essenza del volontariato moderno. In molte realtà del Paese tale esercizio di partecipazione è in atto attraverso la elaborazione dei Piani di Zona a cui sono chiamate a contribuire anche rappresentanze del volontariato. Gli stessi tavoli di coprogettazione (a partire dall'esperienza importante della L. 285/1997), quelli tematici, le commissioni miste consultive di Comuni e Aziende Sanitarie Locali sono oggi una palestra di esercizio di soluzioni operative concertate e puntuali dove la conoscenza dei bisogni e la capacità di risposta del volontariato possono avere un peso rilevante. Per le OdV si tratta pertanto di operare nella rete integrata delle risorse e dei servizi del territorio con una consapevole funzione di attore del sistema e non di esecutore o di agente separato. Al riguardo il movimento solidaristico può trovare efficace sponda nell'apporto tecnico e culturale dei Centri di Servizio per il Volontariato capaci di sintonizzarsi sui bisogni innovativi e di sviluppo delle unità solidaristiche e di soddisfarne la domanda di consapevole progettualità;

- *funzione "pubblica" autonoma o istituzionalizzazione acritica*<sup>5</sup>: la legge 266 del 1991 ha prodotto processi di legittimazione e di istituzionalizzazione importanti, in quanto ha operato un



notevole ravvicinamento dei gruppi di volontariato alle istituzioni pubbliche, fatto che, oltre a sollecitare reciproche aspettative, ha favorito – con la massiccia iscrizione ai registri del volontariato - la crescente formalizzazione e strutturazione di tali compagini. Ciò, però, richiede alle OdV di avere sempre presenti le proprie finalità di azione autonoma e di verificare costantemente se operano nel modello della delega di gestione o della partecipazione. E' chiaro che nella dinamica del primo modello compaiono gli spettri di una sempre affiorante strumentalizzazione, perdita di autonomia, se non anche di forme di collaterale con i centri di potere politico. Un problema per il volontariato di oggi è quello di conciliare il ruolo di collaborazione con le istituzioni pubbliche, attraverso rapporti di convenzione e acquisizione di finanziamenti, senza venir meno alle irrinunciabili funzioni di proposta, di denuncia critica e costruttiva e di controllo nei confronti della pubblica amministrazione. Ciò significa uscire dalla logica del fornitore di servizi ricevendo finanziamenti per corrispettivi di prestazioni rese e chiedere invece contributi per progettualità autonome, ovvero non messe a bando secondo le necessità della Pubblica Amministrazione senza alcuna possibilità

<sup>5</sup> Una deriva degenerativa delle OdV è quella di assumere la morfologia tipica delle amministrazioni statali e quindi la relativa istituzionalizzazione caratterizzata da servizi ad alto contenuto burocratico-amministrativo. tale asimmetria rispetto ai caratteri tipici del volontariato viene definita anche “isomorfismo istituzionale”.

di confronto e di partecipazione. Per la sua natura integrativa il volontariato non può altresì sostituirsi alle competenze del Pubblico né alle capacità di gestione degli altri soggetti del terzo settore<sup>6</sup>. Il volontariato svolge in modo migliore la propria funzione se opera in un fecondo rapporto di corresponsabilità e reciprocità con il Pubblico, nell'ottica di una «sussidiarietà circolare»<sup>7</sup> per cui l'uno non può fare a meno dell'altro e ciascuno dei due è interessato alla crescita e alla promozione dell'altro;

- *più finanziamenti comportano minori risorse umane?* La crescita nel tempo della componente orientata alla gestione delegata di servizi, sostenuta da una professionalizzazione delle competenze interne e da una dipendenza dal finanziamento pubblico sempre più ingente, è continua e in parte inevitabile. Rappresenta oggi un'aliquota ancora minoritaria (circa il 20% del fenomeno noto) – attiva soprattutto nell'area sanita-

<sup>6</sup> Si tratta pertanto di evitare il fenomeno della competizione tra le diverse realtà del terzo settore verificatosi diffusamente fino agli anni '80 (con le gare di appalto al massimo ribasso dei costi) e che tendono oggi a riaffiorare attraverso l'accaparamento dei *voucher* sul mercato sociale tra i soggetti accreditati.

<sup>7</sup> Come teorizza opportunamente G. Cotturri in, *Potere sussidiario. Sussidiarietà e federalismo in europa e in Italia*, Roma, Carrocci, 2001. Si tratta anche di rifuggire eventuali tentazioni di accettazione di deleghe da un Pubblico che si ritira dai propri compiti foraggiando di ingenti finanziamenti il privato. Il modello di sussidiarietà liberista a cui tende una certa "devolution" non va nella direzione della reciprocità e distinzione dei ruoli tra i due soggetti e rischia di far annegare il volontariato con tutti i suoi valori in una deriva mercantile.

ria dove ha assunto compiti di servizio ad elevata standardizzazione (soccorso ed emergenza) – ed è in parte già matura per trasformarsi in “impresa sociale”. Si tratta comunque di approfondire quanto questo fenomeno sia correlato ad un più stretto rapporto con le istituzioni pubbliche, sempre meno orientate alla gestione diretta di servizi (fenomeni di depubblicizzazione e di esternalizzazione), e quanto invece ad una penuria di risorse umane gratuite (per problemi di *turn over* dei volontari) a fronte di una crescente disponibilità di finanziamenti, soprattutto in alcuni ambiti di intervento;

- come garantire l’equilibrio tra l’anima ideale e l’anima efficientistica rappresentata dalla componente professionalizzata? *Il rapporto di forza tra le due anime, la prima rappresentata dai fondatori e la seconda prettamente votata al risultato prestazionale e di bilancio, può creare dilemmi e lacerazioni, sia a livello gestionale che partecipativo. Rispetto a questo le organizzazioni hanno tre soluzioni di cui quelle maggiormente esplorate sono la seconda e la terza; tali alternative sono:*

- a) *promuovere una maggiore presenza nell’organizzazione di volontari già qualificati nel mondo del lavoro, soprattutto con competenze tecnico-manageriali, in modo da evitare il ricorso alla forza remunerata;*
- b) *dotarsi di uno strumento operativo, un soggetto gestore, una cooperativa sociale che eroghi il servizio mentre l’organizzazione di*

*volontariato rimane soggetto di testimonianza e di rappresentanza di bisogni, di proposta e di stimolo critico nei confronti dello stesso soggetto erogatore. Questo è un processo in atto che riguarda il 4% delle organizzazioni esaminate, dato che proiettato sull'universo nazionale indica una consistenza di circa 1.000 cooperative sociali promosse dal volontariato (poco meno di un quinto del totale di quelle attive);*

- c) *assumere la veste organizzativa di un'impresa sociale, pur operando con spirito di volontariato e aggregando un numero costante di volontari in grado di fornire radicamento sociale e aderenza ai bisogni dell'utenza.*

- *quale saldatura tra piccola e grande organizzazione?* Tra le varie polarizzazioni significative all'interno del composito mondo del volontariato (o dei volontariati) spicca quella tra le organizzazioni più grandi, con base associativa o aderenti alle sigle nazionali del volontariato, e i piccoli nuclei di soli volontari, al di là del settore in cui operano o della funzione che svolgono. Le prime appaiono ben rappresentate dalle loro strutture verticali o dalla partecipazione a federazioni e a coordinamenti nazionali, sostenute dai finanziamenti pubblici, in grado di gestire servizi anche molto complessi e onerosi e di condizionare, se non proprio di monopolizzare, l'offerta dei Centri di Servizio per il Volontariato. Dall'altra vi sono i piccoli gruppi di base del

volontariato “informale”, “puro” (solo aderenti non remunerati) o dalle “mani nude” (poco organizzato e con pochi mezzi e risorse), scarsamente rappresentati e partecipi di coordinamenti e consulte locali, alle prese con un difficile *turn-over* dei volontari, poco supportati dalle risorse pubbliche sempre più orientate verso un mercato sociale di servizi standardizzati. Serve pertanto una politica di cooperazione e collaborazione tra le une e le altre - e un reciproco riconoscimento di valore nei coordinamenti e nelle Consulte di appartenenza - così come uno stimolo al lavoro di/in rete, sia attraverso i criteri di assegnazione dei bandi pubblici che attraverso il finanziamento di progetti da parte dei Centri di Servizio.

- *calo dei volontari e promozione dei cittadini solidali*: si nota altresì la tendenza del movimento a crescere più in termini di nuove organizzazioni che per numero medio di volontari attivi e continuativi al loro interno, ovvero di “militanti”, nonostante un rafforzamento degli organi sociali. Per questo sembra essere impellente e diffusa la tensione alla promozione del volontariato, soprattutto nei confronti delle nuove generazioni, a partire dalla pratica della cittadinanza attiva. Occorre privilegiare la promozione della solidarietà, sia in termini di diffusione della conoscenza sulle opportunità di fare volontariato che del valore della partecipazione, dell’impegno personale, della donazione disinteressata di cui nessuna società, pur basata sulla

cultura mercantilista e capitalista del nostro modello di sviluppo, può fare a meno<sup>7</sup>. Di certo la propensione alla partecipazione non è ancora sufficientemente intercettata dalle formazioni dei cittadini, dalle Caritas, dalle forze del terzo settore, come attesta anche una recente indagine<sup>8</sup> per la quale il 15% di cittadini ‘starebbe pensando’ di fare volontariato e attende un’informazione, un aggancio, un’occasione; si tratta di una sorta di potenziale aggiuntivo, una fascia di interesse per il fenomeno che andrebbe curata, motivata e sollecitata a svolgere attività di volontariato<sup>9</sup>. Emerge inoltre il fatto che l’informazione in tema di volontariato passa in modo privilegiato attraverso una relazionalità di tipo orizzontale, quella degli amici, dei parenti e dei conoscenti che ne sono venuti in contatto o che ne fanno parte. Più il volontariato cresce e più si alimenta come pure il “capitale sociale”, ovvero i rapporti fiduciari, i “beni relazionali” che sti-

<sup>7</sup> Per citare S. Zamagni, una società ha bisogno di scambio tra equivalenti e di profitto, ma anche di equità e reciprocità. La crescita del volontariato e il successo delle organizzazioni di terzo settore, ora anche l’aumento delle donazioni monetarie, della responsabilità sociale d’impresa ne sono una prova tangibile, purchè non appartengano alla cultura del “conservatorismo compassionevole”.

<sup>8</sup> Cfr. ILESIS, *Volontariato e salute. Primo rapporto sull’esperienza sociale del volontariato sanitario e assistenziale*, Roma, 2004, Franco Angeli.

<sup>9</sup> Vi è poi un 19% che dichiara di non avere avuto alcuna informazione da mezzi o canali informativi. Apposite iniziative di promozione dovrebbero aiutare a ridurre tale quota di cittadini ignari e quindi non coinvolgibili.

mola e produce. Il lavoro nella scuola non a caso è una delle nuove direttrici di impegno del volontariato delle singole organizzazioni come dei Centri di Servizio. Quasi tutti gli sportelli di tali Centri forniscono oggi informazioni ai cittadini sulle organizzazioni locali, ma più spesso come fornitura di un catalogo che come servizio consulenziale che è invece realizzato da un terzo dei Centri, una parte dei quali ha creato anche appositi sportelli per i giovani in collaborazione con la scuola: sono i cosiddetti sportelli “Scuola-volontariato”. Una sistematica attività di promozione del volontariato induce le organizzazioni ad offrire modalità di impegno e di partecipazione alla generalità di cittadini, avviando una ricerca sui diversi livelli di impegno e sugli strumenti di accoglienza e di formazione dei cittadini comuni. Permette così di allargare molto l’area dei cittadini attivi “mobilitati” e di abbassare l’età media degli aderenti in modo che tutte le persone che desiderano fare volontariato siano coinvolte in qualche modo, magari sotto forma di stage, di esperienza su progetto. Con un duplice risultato: la consapevolezza che un’esperienza di volontariato segna la vita delle persone e qualunque altra attività esse faranno sarà corroborata dallo spirito del volontariato e gli effetti prodotti sulle OdV consolidando un processo di miglioramento del loro modo di essere;

- promuovere il volontariato non è solo reclutare. *Promuovere il volontariato non significa*

*solo reclutare persone di buona volontà, ma valorizzare la risorsa umana per se stessa e per l'intera società in quanto patrimonio di valori, di conoscenze e di competenze spendibili nella vita quotidiana e nel mondo del lavoro. Promuovere il volontariato significa ampliare il capitale umano, sociale, culturale presente nella società civile. Se è vero che l'azione gratuita è l'emblema del volontario – secondo quelle che possiamo chiamare le tre “D”: disponibilità, disinteresse e dono – ciò non significa che chi attua tale azione non ricavi anche per sé vantaggi di ordine morale, psicologico, relazionale e formativo. La possibilità di vedersi riconosciute prima e di utilizzare poi, anche sul mercato del lavoro, competenze acquisite nel fare azione solidale è oggi una opportunità che può essere riconosciuta a ciascun volontario, soprattutto se in situazione di inserimento, mobilità o recupero di opzioni lavorative;*

*- collegarsi per fare sistema, per rappresentare e partecipare. L'assottigliamento delle organizzazioni richiede una maggior propensione al collegamento e al coordinamento del sistema volontariato su un determinato territorio. Il fenomeno è sempre più evidente a livello locale dove nascono nuovi coordinamenti e cartelli del volontariato in grado di rappresentarlo nella sua funzione “politica”, mentre si va allentando il legame tra le unità affiliate e le sedi nazionali o sovralocali, in virtù di una riconosciuta maggior autonomia della sezione locale che sempre più è*



chiamata a rispondere direttamente del proprio operato<sup>10</sup>. E' infatti più importante oggi, anche per il volontariato affiliato, operare in modo trasversale con le altre organizzazioni del territorio e quindi partecipare ai tavoli operativi, a consulte e coordinamenti locali, più che collegarsi verticalmente con la propria sigla di appartenenza. La dimensione orizzontale è anche un indicatore significativo dell'aderenza del volontariato alle realtà locali. Ciò non sempre si verifica con il rischio di operare secondo visioni particolari, con scarsa forza rappresentativa nei confronti delle istituzioni e necessità di competere per ricevere contributi pubblici piuttosto che di collaborare in rete. Occorre invece essere pronti a rafforzare la capacità di fare sistema con le altre organizzazioni solidaristiche e le altre forze del terzo settore e di esprimere rappresentanze in grado di partecipare alla definizione delle politiche sociali del territorio (*social making*). In questa direzione operano anche gli organismi di consultazione locale e quelli rappresentativi a livello regionale che dovrebbero ovunque poter eleggere i rappresentanti del volontariato nei Comitati regionali che presiedono ai Fondi Spe-

<sup>10</sup> L'allentamento nel rapporto gerarchico tra le sedi nazionali e le unità locali è dimostrato da due tendenze importanti che emergono dal comportamento delle singole unità affiliate: l'acquisizione di uno statuto autonomo - pur se ispirato dall'organismo nazionale - e l'iscrizione ai Registri regionali del volontariato per cui non sono più le sedi regionali o provinciali a rappresentarle, ma esse rispondono direttamente del proprio operato.

ciali destinati dalle Fondazioni ai Centri di Servizio.

- il volontariato è agente di cambiamento? *Infine occorre che il volontariato nel suo complesso si interroghi sul ruolo e sul peso della propria presenza nelle società di oggi. Non solo e non tanto per valutare quanto fa concretamente per alleggerire i mali e prevenire i problemi del mondo attuale, alle prese con i nodi epocali della globalizzazione, delle curve generazionali in sofferenza (i minori e gli anziani, rispettivamente nel Sud e nel Nord del mondo), dell'immigrazione da fame e da guerre, ma per contaminare con la propria proposta culturale e valoriale, di cittadinanza attiva e solidale, i processi sociali ed economici ovvero l'attuale società a tutti i livelli e ambiti di responsabilità.*

## ALLEGATI



## CARTA DEI VALORI DEL VOLONTARIATO

### PRINCIPI FONDANTI

4. **Volontario è la persona** che, adempiuti i doveri di ogni cittadino, mette a disposizione il proprio tempo e le proprie capacità per gli altri, per la comunità di appartenenza o per l'umanità intera. Egli opera in modo libero e gratuito promuovendo risposte creative ed efficaci ai bisogni dei destinatari della propria azione o contribuendo alla realizzazione dei beni comuni.
5. **I volontari esplicano la loro azione** in forma individuale, in aggregazioni informali, in organizzazioni strutturate; pur attingendo, quanto a motivazioni, a radici culturali e/o religiose diverse, essi hanno in comune la passione per la causa degli esseri umani e per la costruzione di un mondo migliore.
6. **Il volontariato è azione gratuita.** La gratuità è l'elemento distintivo dell'agire volontario e lo rende originale rispetto ad altre componenti del terzo settore e ad altre forme di impegno civile. Ciò comporta assenza di guadagno economico, libertà da ogni forma di potere e rinuncia ai vantaggi diretti e indiretti. In questo modo diviene

testimonianza credibile di libertà rispetto alle logiche dell'individualismo, dell'utilitarismo economico e rifiuta i modelli di società centrati esclusivamente sull' "avere" e sul consumismo. I volontari traggono dalla propria esperienza di dono motivi di arricchimento sul piano interiore e sul piano delle abilità relazionali.

7. Il volontariato è, in tutte le sue forme e manifestazioni, espressione **del valore della relazione e della condivisione** con l'altro. Al centro del suo agire ci sono le persone considerate nella loro dignità umana, nella loro integrità e nel contesto delle relazioni familiari, sociali e culturali in cui vivono. Pertanto considera ogni persona titolare di diritti di cittadinanza, promuove la conoscenza degli stessi e ne tutela l'esercizio concreto e consapevole, favorendo la partecipazione di tutti allo sviluppo civile della società.
8. Il volontariato è **scuola di solidarietà** in quanto concorre alla formazione dell'uomo solidale e di cittadini responsabili. Propone a tutti di farsi carico, ciascuno per le proprie competenze, tanto dei problemi locali quanto di quelli globali e, attraverso la partecipazione, di portare un contributo al cambiamento sociale. In tal modo il volontariato produce legami, beni relazionali, rapporti fiduciari e cooperazione tra soggetti e organizzazioni concorrendo ad accrescere e

valorizzare il capitale sociale del contesto in cui opera.

9. Il volontariato è **esperienza di solidarietà e pratica di sussidiarietà**: opera per la crescita della comunità locale, nazionale e internazionale, per il sostegno dei suoi membri più deboli o in stato di disagio e per il superamento delle situazioni di degrado. Solidale è ogni azione che consente la fruizione dei diritti, la qualità della vita per tutti, il superamento di comportamenti discriminatori e di svantaggi di tipo economico e sociale, la valorizzazione delle culture, dell'ambiente e del territorio. Nel volontariato **la solidarietà si fonda sulla giustizia**.
10. Il volontariato è **responsabile partecipazione e pratica di cittadinanza solidale** in quanto si impegna per rimuovere le cause delle diseguaglianze economiche, culturali, sociali, religiose e politiche e concorre all'allargamento, tutela e fruizione dei beni comuni. Non si ferma all'opera di denuncia ma avanza proposte e progetti coinvolgendo quanto più possibile la popolazione nella costruzione di una società più vivibile.
11. Il volontariato ha una **funzione culturale** ponendosi come coscienza critica e punto di diffusione dei valori della pace, della non violenza, della libertà, della legalità, della tolleranza e facendosi promotore, innanzitutto con la propria testimonianza, di stili di

vita caratterizzati dal senso della responsabilità, dell'accoglienza, della solidarietà e della giustizia sociale. Si impegna perché tali valori diventino patrimonio comune di tutti e delle istituzioni.

12. Il volontariato svolge un **ruolo politico**: partecipa attivamente ai processi della vita sociale favorendo la crescita del sistema democratico; soprattutto con le sue organizzazioni sollecita la conoscenza ed il rispetto dei diritti, rileva i bisogni e i fattori di emarginazione e degrado, propone idee e progetti, individua e sperimenta soluzioni e servizi, concorre a programmare e a valutare le politiche sociali **in pari dignità con le istituzioni pubbliche** cui spetta la responsabilità primaria della risposta ai diritti delle persone.

## ATTEGGIAMENTI E RUOLI

### a) I volontari

10. I volontari sono chiamati a vivere la propria esperienza **in modo coerente con i valori e i principi che fondano l'agire volontario**. La dimensione dell'essere è per il volontario ancora più importante di quella del fare.
11. I volontari nell'esercitare il diritto-dovere di cittadinanza costituiscono **un patrimonio da promuovere e da valorizzare**, sia da parte delle istituzioni che delle organizzazioni che li impegnano. Pertanto esse devono rispettarne lo spirito, le modalità



operative, l'autonomia organizzativa e la creatività.

12. I volontari sono tenuti a **conoscere fini, obiettivi, struttura e programmi** dell'organismo in cui operano e partecipano, secondo le loro possibilità, alla vita e alla gestione di questo nel pieno rispetto delle regole stabilite e delle responsabilità.
13. I volontari **svolgono i loro compiti** con competenza, responsabilità, valorizzazione del lavoro di équipe e accettazione della verifica costante del proprio operato. Essi garantiscono, nei limiti della propria disponibilità, continuità di impegno e portano a compimento le azioni intraprese.
14. I volontari **si impegnano a formarsi** con costanza e serietà, consapevoli delle responsabilità che si assumono soprattutto nei confronti dei destinatari diretti dei loro interventi. Essi ricevono dall'organizzazione in cui operano il sostegno e la formazione necessari per la loro crescita e per l'attuazione dei compiti di cui sono responsabili.
15. I volontari **riconoscono, rispettano e difendono la dignità delle persone** che incontrano e si impegnano a mantenere una totale riservatezza rispetto alle informazioni ed alle situazioni di cui vengono a conoscenza. Nella relazione di aiuto essi attuano un accompagnamento riservato e discreto, non impositivo, reciprocamente arricchente, disponibile ad affiancare l'altro senza volerlo

condizionare o sostituirvisi. I volontari valorizzano la capacità di ciascuno di essere attivo e responsabile protagonista della propria storia.

16. I volontari impegnati nei servizi pubblici e in organizzazioni di terzo settore, costituiscono una **presenza preziosa** se testimoniano un “camminare insieme” con altre competenze e profili professionali in un rapporto di complementarità e di mutua collaborazione. Essi costituiscono una **risorsa valoriale** nella misura in cui rafforzano le motivazioni ideali, le capacità relazionali e il legame al territorio dell’organizzazione in cui operano.
17. I volontari ricevono dall’organismo di appartenenza o dall’Ente in cui prestano servizio **copertura assicurativa** per i danni che subiscono e per quelli economici e morali che potrebbero causare a terzi nello svolgimento della loro attività di volontariato. Per il principio della gratuità i volontari possono richiedere e ottenere esclusivamente il **rimborso delle spese realmente sostenute** per l’attività di volontariato svolta.

**b) Le organizzazioni di volontariato**

18. Le organizzazioni di volontariato **si ispirano ai principi della partecipazione democratica** promuovendo e valorizzando il contributo ideale e operativo di ogni ade-

rente. È compito dell'organizzazione riconoscere e alimentare la motivazione dei volontari attraverso un lavoro di inserimento, affiancamento e una costante attività di sostegno e supervisione.

19. Le organizzazioni di volontariato **perseguono l'innovazione socio-culturale** a partire dalle condizioni e dai problemi esistenti. Pertanto propongono idee e progetti, rischiando e sperimentando interventi per conto della comunità in cui operano. Evitano in ogni caso di produrre percorsi separati o segreganti e operano per il miglioramento dei servizi per tutti.
20. Le organizzazioni di volontariato **collaborano con le realtà e le istituzioni locali, nazionali e internazionali**, mettendo in comune le risorse, valorizzando le competenze e condividendo gli obiettivi. Promuovono connessioni e alleanze con altri organismi e partecipano a coordinamenti e consulte per elaborare strategie, linee di intervento e proposte socio-culturali. Evitano altresì di farsi carico della gestione stabile di servizi che altri soggetti possono realizzare meglio.
21. Le organizzazioni di volontariato svolgono un preciso ruolo politico e di impegno civico anche **partecipando alla programmazione e alla valutazione delle politiche sociali** e del territorio. Nel rapporto con le istituzioni pubbliche le organizzazioni di volontariato

rifiutano un ruolo di supplenza e non rinunciano alla propria autonomia in cambio di sostegno economico e politico. Non si prestano ad una delega passiva che chieda di nascondere o di allontanare marginalità e devianze che esigono risposte anche politiche e non solo interventi assistenziali e di primo aiuto.

22. Le organizzazioni di volontariato devono principalmente il loro sviluppo e la qualità del loro intervento alla capacità di **coinvolgere e formare nuove presenze, comprese quelle di alto profilo professionale**. La formazione accompagna l'intero percorso dei volontari e ne sostiene costantemente l'azione, aiutandoli a maturare le proprie motivazioni, fornendo strumenti per la conoscenza delle cause dell'ingiustizia sociale e dei problemi del territorio, attrezzandoli di competenze specifiche per il lavoro e la valutazione dei risultati.
23. Le organizzazioni di volontariato sono tenute a **fare propria una cultura della comunicazione** intesa come strumento di relazione, di promozione culturale e di cambiamento, attraverso cui sensibilizzano l'opinione pubblica e favoriscono la costruzione di rapporti e sinergie a tutti i livelli. Coltivano e diffondono la comunicazione con ogni strumento privilegiando - dove è possibile - la rete informatica per migliorare l'accesso alle informazioni, ai diritti dei cit-

tadini, alle risorse disponibili. Le organizzazioni di volontariato interagiscono con il mondo dei mass media e dei suoi operatori perché informino in modo corretto ed esauritivo sui temi sociali e culturali di cui si occupano.

24. Le organizzazioni di volontariato **ritengono essenziale la legalità e la trasparenza** in tutta la loro attività e particolarmente nella raccolta e nell'uso corretto dei fondi e nella formazione dei bilanci. Sono disponibili a sottoporsi a verifica e controllo, anche in relazione all'organizzazione interna. Per esse trasparenza significa apertura all'esterno e disponibilità alla verifica della coerenza tra l'agire quotidiano e i principi enunciati.



## *Il meglio di Te*

*L'uomo è irragionevole,  
illogico, egocentrico:  
non importa, amalo.*

*Se fai il bene,  
diranno che lo fai  
per secondi fini egoistici:  
non importa, fa il bene.*

*Se realizzi i tuoi obiettivi,  
incontrerai chi ti ostacola:  
non importa, realizzali.*

*Il bene che fai  
forse domani verrà dimenticato:  
non importa, fa il bene.*

*L'onestà e la sincerità  
ti rendono vulnerabile:  
non importa, sii onesto e sincero.*

*Quello che hai costruito  
può essere distrutto:  
non importa, costruisci.*

*La gente che hai aiutato,  
forse non te ne sarà grata:  
non importa, aiutala.*

*Dà al mondo il meglio di te,  
e forse sarai preso a pedate:  
non importa, dà il meglio di te.*

(Madre Teresa di Calcutta)

Finito di stampare  
nel mese di Maggio 2008  
presso le officine grafiche di Comunicazione snc  
strada San Michele, 83 - 12042 BRA (CN)