

***Sezione I***

***B I L A N C I O   S O C I A L E***

***A  
R  
T***

***C E R T I F I C A Z I O N E***

***E  
T***

***F O R M A Z I O N E***

***C  
A***



✓ Lo strumento

Potremmo inserire la "carta etica" dentro l'insieme di strumenti finalizzati a descrivere i valori e i principi che ispirano l'agire di una organizzazione nonprofit. Nella realtà italiana, non ultima quella milanese, esistono infatti una serie di esperienze di carte dei valori, carte politiche, carte dei principi, carte etiche, codici di condotta etica, patti associativi e via dicendo.

Come si colloca questo strumento all'interno del dibattito che è in corso circa la necessità da parte delle organizzazioni nonprofit di dotarsi di strumenti che informino e rendano conto alla comunità dei risultati e degli impatti prodotti da quella determinata organizzazione nonprofit (in merito a questo si veda la sezione dedicata al Bilancio sociale)? Qual è la sua utilità per un ente del terzo settore?

Ci aiuta molto a questo proposito la riflessione proposta nel testo di G. Maino e F. Manfredi (2000) "Il governo e la comunicazione della qualità" in cui un capitolo è proprio dedicato a questo strumento. In quel contributo si fa una lunga premessa sul significato che la parola "etica" ha e potrebbe avere per una organizzazione e nello specifico per una nonprofit. Qui si preferisce fare un'altra osservazione che nella sostanza porta però alle stesse considerazioni degli autori: è il modo di porre la questione, qualunque essa sia, a rimandare alla questione dell'etica. Facciamo un esempio banale: ogni anno sulle strade italiane muoiono migliaia di persone in seguito a incidenti mortali. Se dovessimo tradurre la questione in termini etici potremmo dire: è bene che la società adoperi un mezzo così "rischioso"? Si osservi che non solo questa seconda frase è in forma di domanda, ma che mira essenzialmente al *come*.

Infatti, la domanda che potrebbe essere successivamente posta è: come regolamentare il suo utilizzo affinché siano ridotti al minimo i rischi di morte? Diremo in prima approssimazione che la carta etica è dunque strumento riferito al *come*.

Nel testo citato si fa riferimento al fatto che la tendenza ad esplicitare carte e codici etici aziendali, soprattutto negli Stati Uniti, risponde in primo luogo alla durezza della concorrenza. Le dichiarazioni di principio iniziano a diffondersi in contesti aziendali circa trent'anni fa e mirano spesso a favorire la coesione interna delle imprese che se ne dotano. La questione "etica" è all'origine strettamente collegata alla necessità di giustificare le proprie scelte (il *come*) e di pensare un modo di agire conforme a queste ultime e per le aziende profit si traduce in tentativi di *fidelizzare* il cliente o il committente, riducendo in questa prospettiva la questione etica al gioco sociale ed economico. Questa considerazione mette in luce che la questione etica rimanda inevitabilmente alla necessità che le organizzazioni hanno di costruire (o ricostruire) un capitale fiduciario. Chi della *fiducia* non può farne a meno sono quelle organizzazioni che producono beni e servizi di pubblica utilità, come le organizzazioni nonprofit, che per operare non possono prescindere dallo stipulare un *patto* con le comunità con cui interagiscono.

In questo contesto di riflessione la carta etica si configura dunque come uno strumento che delinea le caratteristiche di un patto, lo esplicita alle parti in causa, traduce i valori e i principi di riferimento in impegni concreti che l'organizzazione dichiara di perseguire. È uno strumento di definizione del "come".

Nel testo citato vengono riprese le riflessioni di metodo elaborate dal Gruppo Pares<sup>9</sup> che definiscono le caratteristiche salienti di una carta etica e che è opportuno qui riprendere.

Tre sono le osservazioni che vengono fatte; la carta etica:

1. non è (ancora) un codice etico, ma la base di ogni codice etico possibile
2. è un documento per governare l'azienda e per orientare il comportamento, dunque riferito alla efficacia interna di una organizzazione
3. è un patto sociale con gli stakeholder (letteralmente "portatori di interesse", definibili anche come "interlocutori").

In merito alla prima asserzione viene rilevato come una carta etica *orienta*, mentre un codice *prescrive*. Possiamo intendere i due strumenti come complementari e in successione l'uno all'altro: secondo questo modello nella carta etica vengono esplicitati impegni, per il rispetto dei quali è necessario stabilire delle norme di condotta vincolanti che trovano la loro ragione d'essere in virtù delle caratteristiche del patto stabilito con la carta etica. Viene inoltre fatto rilevare che la carta etica è molto prossima ad una carta dei valori a cui si ispira una organizzazione. In quest'ultimo strumento tuttavia i valori vengono enunciati e al limite tradotti in principi.

La carta etica invece, sulla base dei valori e dei principi tradotti, esplicita ulteriormente: essa definisce impegni coerenti con i valori e i principi definiti in una carta dei valori. In base a questa prospettiva Bortolotti definisce un percorso metodologico che idealmente parte dalla carta dei valori, passa attraverso la carta etica e si conclude con un codice di condotta. La carta etica dà valore al codice e Bortolotti rileva che essa si configura metaforicamente come la Carta Costituzionale di uno stato che i codici (civile, penale eccetera) hanno il compito di rendere vincolanti stabilendo diritti e doveri delle parti nelle situazioni che regolamentano.

In base a questa lettura la carta etica è uno strumento operativo, in quanto risulta utile a tutti coloro che operano dentro l'organizzazione poiché orienta i rispettivi comportamenti e si configura come strumento strategico utile alla dirigenza della stessa organizzazione: è una "pietra miliare", una comune base di discussione cui riferirsi nelle situazioni di conflitto. Se guardiamo alle organizzazioni nonprofit possiamo pensare al "conflitto" che nasce dalla necessità di sopravvivere operando secondo principi condivisi. La carta etica è il luogo che anticipa tale conflitto e si colloca tra *lavoro* e *principio d'azione*; è un quadro di regole cui attenersi nelle situazioni di conflitto.

Il tema del conflitto si collega alla terza caratteristica evidenziata dal testo in esame che ha lo strumento della carta etica: esso è un patto con gli interlocutori dell'organizzazione, siano essi interni (operatori ad esempio) o esterni (utenti del servizio ad esempio), che non deve essere necessariamente sottoscritto, poiché vale soprattutto come stile di lavoro. Ritorna qui il tema del *come* di cui si è detto sopra. Il patto che la carta etica vuole definire impegna tutte le parti in causa secondo una prospettiva operativa: stabilendo impegni coerenti con i principi si dà la direzione della rotta.

---

<sup>9</sup> [www.pares.it](http://www.pares.it)

✓ Dalla teoria alla pratica: i casi selezionati

Nel libro curato da Maino e Manfredi, il contributo di Bortolotti, Vergani e Maino individua anche le fasi operative di come costruire una carta etica che qui citiamo e che costituiscono parte integrante della riflessione metodologica:

1. raccogliere informazioni
2. promuovere una discussione con gli stakeholder principali
3. creare un gruppo di lavoro
4. preparare una bozza preliminare della carta etica
5. avviare consultazioni sulla carta etica in bozza
6. pubblicare e diffondere la carta etica
7. implementare la carta
8. rivedere periodicamente la carta etica

Fonte: Fuori Orario n. 22/23 Ottobre 2000

I documenti che dovrebbero costituire la carta etica sono quattro: la missione, la storia dell'organizzazione, la mappa degli stakeholder, il quadro dei valori di riferimento.

All'interno di questo Atlante si è ritenuto utile prendere spunto da questa teoria, riadattandola però ai fini che si propone il nostro lavoro. In base a quanto esposto, la Carta etica si configura come strumento di efficacia interna, che in prospettiva potrebbe costituire parte integrante del Bilancio sociale che ha valore sia di efficacia interna che esterna. Elemento comune tra questi due strumenti è la mappa dei portatori di interesse o interlocutori.

Nella esperienze che seguono si è quindi ritenuto utile presentare tutti e tre gli strumenti di cui si è detto prima: carta dei valori, carta etica, codice di condotta.

Si è posto però l'accento sul significato che questi strumenti hanno avuto nelle esperienze condotte, traducendo quei caratteri delle stesse che ci è sembrato avessero valore di esportabilità.

Se la riflessione metodologica sopra descritta ha aiutato nella costruzione di un

**Allegati**

**β**



Fonte: "Fuori Orario n. 22/23"

**G**

**τ**

quadro di esperienze quanto più completo possibile e quindi utile anche alla selezione dei casi, va rilevato che per scegliere le esperienze, che non sono “le migliori” né tanto meno le uniche, si sono adoperati altri criteri tra cui la necessità di esporre casi che rispecchiassero quanto più possibile la varietà delle organizzazioni del terzo settore (imprese sociali, associazioni, organizzazioni di volontariato eccetera).

*Per i casi studio, si sono rispettivamente intervistati e si ringraziano per la collaborazione:*

*Carta etica: **Paolo Camesasca**, Cooperativa Solaris*

*Carta della donazione: **Valeria Fazio**, Sodalitas*

*Codice di della cooperazione: **Giuseppe Pezzotti**, Federsolidarietà*

*Carta dei valori del volontariato: **Renato Frisanco**, Fivol*

L’esportabilità non è desunta dal grado di corrispondenza dell’esperienza descritta rispetto al modello di carta etica sopra esposto (o ai modelli di codici etici qui non presentati per esigenze di spazio). Piuttosto, coerentemente con la scelta di accostare carte etiche, carte dei valori e codici etici, strumenti diversi tra di loro come si è avuto modo di chiarire sopra, si è cercato di *interpretare* nei singoli casi le peculiarità delle esperienze e dei documenti descritti, finalizzando tale lavoro di interpretazione alla messa in evidenza di alcuni caratteri esportabili dello strumento stesso (la carta costituzionale di..., la carta d’identità di..., i principi descrittivi..., l’autoregolamentazione eccetera). In questo modo gli eventuali *spunti* metodologici che una organizzazione che ancora non ha adottato tali strumenti potrebbe trovare nelle singole esperienze, si collocano in un quadro complessivo di spunti di altra natura, legati ai significati e agli obiettivi che quegli strumenti hanno avuto per le organizzazioni che già hanno adottato carte e codici etici.

L’esigenza di descrivere più strumenti legati alla questione etica rimanda alla considerazione più generale che questi non sono i soli a disposizione di una organizzazione nonprofit, ma si accostano a quelli già in possesso di queste ultime (pensiamo allo statuto, al bilancio d’esercizio eccetera). La politica della “qualità”, intesa come sistema di azioni finalizzate a migliorare l’efficacia e l’efficienza di una organizzazione, ha più probabilità di realizzarsi se le carte e i codici etici si collegano ad altri strumenti (adottati o adottabili; pensiamo al bilancio sociale) lungo un processo che concateni l’uno all’altro.

Ogni caso studio è presentato con la stessa struttura, esattamente come per le pagine di un Atlante in cui in ogni pagina troviamo informazioni differenti sistematizzate in codice di raffigurazione ripetuto in ogni mappa. È il contenuto che varia a seconda del caso (mappa). I casi studio sono presentati in tre parti distinte:

1. nella prima si troverà la descrizione di storia, missione e attività dell’organizzazione
2. nella seconda parte si descriverà l’esperienza attraverso lo strumento. Verranno quindi specificati:
  - caratteri generali e obiettivi del documento
  - struttura e contenuti della carta o codice che sia
  - grado di partecipazione e percorso di costruzione
3. nella terza parte si evidenziano i punti di forza e debolezza dell’esperienza condotta in prospettiva futura: non si danno giudizi di merito, ma si forniscono spunti.

Per ulteriori approfondimenti circa i codici etici si consulti la bibliografia al termine della sezione.

*Sulla Carta Etica:*

- **Fuori Orario "Calcolare la rotta" n. 22/23**, ottobre 2000, rivista di cultura e pratiche sociali, edita dal Consorzio Lavorint Consorzio Imprese Sociali
- F. Manfredi, G. Maino, a cura di **"Il governo e la comunicazione della qualità"**, EGEA, Milano, 2000

*Sui Codici Etici:*

- L. Sacconi **"Economia etica e Organizzazione, Il contratto sociale dell'impresa"** Laterza, Roma – Bari 1997
- S. Bertolini, Castoldi R., Lago U. **"I codici etici nella gestione aziendale; l'introduzione e il funzionamento dei codici etici nelle imprese e nelle associazioni in Italia"** Il Sole 24 ore Libri, Milano, 1996
- [www.bilanciosociale.it/cod-etico.htm](http://www.bilanciosociale.it/cod-etico.htm)

*Per ulteriori approfondimenti:*

- M. Allison, J. Kaye **"Pianificare il no profit"** McGraw – Hill, Milano, 1998
- AAVV **"La carta dei Servizi – manuale pratico"** Carocci Faber, Roma, 2003

*Si segnala inoltre il progetto "Qres" sui codici etici dell'Università di Castellanza:*  
[www.liuc.it/ricerca/cele/default.htm](http://www.liuc.it/ricerca/cele/default.htm)





# 1. La "CARTA COSTITUZIONALE" di SOLARIS cooperativa A



## ***Storia della cooperativa***

Solaris nasce nel 1984, quando un gruppo di persone decide di costituirsi in cooperativa dopo avere sperimentato in ambienti diversi (dal sindacato al volontariato, dalla parrocchia alla politica) esperienze di partecipazione alla vita sociale e di condivisione di situazioni di emergenza. Questo ente inizia come cooperativa di lavoro, unendo sin dalla sua nascita sia attività di servizio alla persona che di reinserimento lavorativo.

Nel 1993, a seguito della legge 381/91, che non riconosceva cooperative di tipo misto, dalla cooperativa Solaris gemma Solaris Lavoro Ambiente, cooperativa di tipo B, che gestisce in autonomia l'attività di reinserimento attraverso servizi di manutenzione del verde. La cooperativa Solaris invece prosegue nel suo lavoro di prevenzione, riabilitazione, integrazione e sensibilizzazione del territorio rispetto alle problematiche legate all'handicap e alla tossicodipendenza, offrendo servizi alle persone in stato di disagio.

Entrambe le cooperative hanno sede a Triuggio, nella zona nord della provincia di Milano, in Brianza.

## ***Missione e attività***

La **missione** di questa cooperativa è sintetizzabile in tre punti fondamentali. Essa infatti promuove:

- il lavoro attraverso una costante attenzione alle esigenze professionali e formative del socio lavoratore, figura intesa

come patrimonio della cooperativa;

- la socialità cooperativa attraverso occasioni di confronto e crescita all'interno delle attività societarie;
- la costruzione di rapporti con enti e comunità locali attraverso lo sviluppo della democrazia partecipata e l'ascolto attento ai bisogni del territorio emergenti o inespressi.

Da ciò discende che Solaris ha tre scopi fondamentali:

1. diffondere i saperi e la cultura del lavoro sociale, prestando particolare attenzione ai percorsi formativi dei lavoratori;
2. accrescere i legami con il territorio, facendosi strumento di espressione dei bisogni della comunità locale;
3. creare e gestire servizi alla persona, promuovendo di nuovi che rispondano alle esigenze delle comunità locali.

Questa cooperativa opera sul territorio della provincia di Milano con una serie di rete di servizi diurni e residenziali nel campo dell'handicap e in quello della tossicodipendenza, sia attraverso l'offerta di servizi in proprio (come la comunità terapeutica per tossicodipendenti di Triuggio), che in convenzione con le Amministrazioni Pubbliche (dai vari centri socio educativi per disabili di Verano Brianza, Villa Raverio, Trezzo sull'Adda, Cornate, Brugherio sino all'offerta di prestazioni socio - educative nei CSE ASL 3 di Cinisello Balsamo, Cusano Milanino, Lissone, Usmate eccetera); in totale Solaris lavora presso undici sedi.



## **La carta etica di Solaris**

A seguito dei cambiamenti occorsi negli anni novanta nei rapporti tra cooperative private ed enti pubblici, la Solaris ha dovuto fare fronte a grossi cambiamenti interni, primo fra tutti quello di dividersi in due entità autonome. L'organizzazione interna ha dovuto così attrezzarsi per reggere ai cambiamenti in corso acquisendo quelle competenze imprenditoriali sufficienti per vincere appalti e concorsi, divenendo impresa in tutto e per tutto, superando quello che fino a poco tempo prima era un gruppo di persone che svolgeva attività lavorative di utilità sociale. Tra il 1996 e il 2000 si è quindi cercato di prestare grossa attenzione agli aspetti gestionali fino a quel momento trascurati. A ciò si aggiunsero anche cambiamenti a livello dirigenziale, con l'abbandono da parte dello storico presidente della sua carica.

Attrezzatasi per fare fronte ai cambiamenti in atto, la cooperativa ha iniziato a crescere notevolmente; basti ricordare che negli ultimi tre anni Solaris ha più che raddoppiato il numero dei suoi lavoratori (da 50 a 120) aprendo numerose nuove sedi in tutta la provincia.

A fronte di un tale sviluppo, all'interno della cooperativa sono nate delle nuove esigenze principalmente legate al fatto che molti operatori, lavorando in ambiti e in strutture diverse, non si erano mai neppure conosciuti. Il senso di appartenenza alla cooperativa e l'idea di condividere gli stessi valori che avevano ispirato i primi dieci anni di vita della cooperativa, con l'andare del tempo, sarebbero venuti meno; serviva quindi costruire un percorso che facesse chiarezza su cosa Solaris era e su cosa la cooperativa sarebbe diventata. Nel 2001 il Consiglio di Amministrazione ha quindi deciso di rivolgersi ad un gruppo di consulenti (piccola società cooperativa Pares di Sesto San Giovanni) per costruire in forma partecipata una carta etica.

### **Caratteri generali e struttura del documento**

La carta etica di Solaris punta a definire in modo chiaro quali siano gli impegni e i valori che Solaris intende rispettare nei confronti degli interlocutori della cooperativa stessa. Ciò che non viene specificato sono invece le procedure e gli strumenti attraverso i quali si pensa di osservare tali principi. In senso figurato, come già è stato chiarito dal titolo, questa carta esprime i principi di riferimento della cooperativa, come lo è la Costituzione per uno stato democratico, senza però entrare nel dettaglio delle pratiche, compito che è lasciato ai vari codici. Caratteristica fondamentale di questo documento è il fatto di non essere vincolante in



senso stretto; piuttosto la sua finalità è quella di chiarire ai membri dell'organizzazione e agli interlocutori esterni che interagiscono con la cooperativa l'identità e gli ideali che stanno alla base del modo di lavorare di questa impresa.

Uno degli obiettivi di Solaris, attraverso questo documento, è dunque quello di rendere conto di ciò che la cooperativa si prefigge di essere, essere il più trasparente possibile nei confronti di tutti coloro che hanno a che fare con essa: dai soci lavoratori ai volontari, dagli utenti alla comunità locale, dagli enti privati agli enti pubblici come i Comuni e le ASL.

Se si potesse sintetizzare l'operazione che si è cercato di effettuare con questo documento si potrebbe dire che Solaris "dichiara" qualcosa (principi e impegni) a qualcuno (interlocutori interni ed esterni).

Il documento in esame è strutturato per punti: non ha un indice, ma una uniforme veste grafica, fatta da figure stilizzate di persone impegnate in varie attività che rappresentano i principali momenti della vita di comunità come il lavoro, il pasto, i momenti ludici. Si tratta di frammenti di un'opera di un'artista locale.

I punti in cui il documento è diviso possono essere raggruppati in due sezioni; una **prima** introduce in tre passaggi:

1. l'identità della cooperativa,
2. le ragioni della carta etica,
3. la scelta degli interlocutori.

Segue una **seconda sezione** in cui attraverso cinque punti si specificano rispettivamente gli impegni verso:

1. soci,
2. lavoratori,
3. utenti,
4. clienti,
5. comunità locali, società e ambiente.

Costituisce elemento integrante del documento un piccolo segnalibro attraverso il quale si elencano tutte le attività in cui Solaris opera. Si è deciso di non specificare all'interno della carta tutte le attività per ragioni pratiche: qualora venissero meno alcune collaborazioni o se ne aggiungessero altre in questo modo si può agilmente aggiornare il segnalibro, senza dover ristampare il documento.

### ***Strumenti e contenuti della carta***

Nella **prima sezione** la carta etica sintetizza l'identità della cooperativa e lo fa ripercorrendo in forma veloce le principali tappe della storia di questa organizzazione riassumendo i campi (handicap e tossicodipendenza) e le forme (in proprio o in convenzione) attraverso i quali opera, senza entrare nel dettaglio delle singole attività. Segue una breve spiegazione delle ragioni che hanno portato la cooperativa a dotarsi di questo strumento e le finalità con le quali viene presentata: viene esplicitamente detto che Solaris dichiara e rende quindi verificabili i propri impegni verso tutti i soggetti con i quali ha un rapporto. Segue logicamente il filo del discorso l'individuazione degli interlocutori che vengono presentati in successione partendo da quelli interni alla organizzazione (soci e lavoratori) fino ad arrivare a quelli più esterni (utenti – clienti – società).

Le indicazioni suggerite in questa prima sezione costituiscono da un lato l'ossatura del discorso che verrà poi specificato nella seconda sezione attraverso l'esplicitazione degli impegni verso gli interlocutori presi singolarmente, dall'altro servono a introdurre il contenuto della carta vero e proprio.

La **seconda sezione** parte infatti da quanto introdotto nella prima. Per ogni categoria di soggetti vengono dichiarati esplicitamente gli impegni e i valori cui la cooperativa si rifà. Particolarmente significativo è il punto dedicato ai *soci*, che ci consente anche di comprendere, a titolo di esempio, come sono strutturati i singoli punti della sezione; si dichiara che:

$\alpha$	$\beta$
(Principio) ...Valorizzando il principio che nella cooperazione non c'è differenza tra proprietà e lavoro, Solaris sceglie la gestione partecipata e democratica come forma di conduzione societaria e di organizzazione...	
(Intento) ...Solaris promuove l'associazione di lavoratori e volontari, definendo chiaramente i ruoli e gli ambiti di intervento...	
(Impegni) ...garantisce a ciascuno parità di accesso alle decisioni aziendali attraverso l'assemblea...offre occasioni di formazione...persegue lo scopo di creare un ambito di lavoro aperto al confronto sui temi della marginalità e del disagio...considera il prestito da parte dei soci una forma importante di autofinanziamento delle attività...	
G	Testo

Questa schematica interpretazione di quanto dichiarato per la categoria "soci" può essere applicata a tutti i punti successivi.  
Un altro caso significativo è quello legato ai *lavoratori*:

$\alpha$	$\beta$
(Principio) ...non considerando il prezzo e il prodotto come unici parametri validi nell'acquisizione e nella gestione dei servizi alla persona...	
(Intento) ...valorizzare adeguatamente la qualità del lavoro svolto...	
(Impegni) ...Solaris garantisce a tutti i suoi lavoratori il pieno rispetto dei diritti contrattuali...garantisce occasioni di formazione, di incontro e di confronto all'interno di ogni servizio e tra servizi diversi...cerca ove possibile di favorire la mobilità interna...	
G	Testo

La descrizione di questi due punti ci consente di osservare che in questa carta non viene necessariamente esplicitato un impegno che prima non era già garantito dalla cooperativa. Se pensiamo ad esempio alla affermazione di garantire il rispetto dei diritti contrattuali, si può osservare come questa condizione si sia sempre verificata nel corso della storia di Solaris. Il fatto che qui venga chiarita significa che la cooperativa si impegna a non riservare ai soci condizioni diverse da quelle dei lavoratori e viceversa. Qualora si verifici il contrario il lavoratore può appellarsi alla carta e rivalere un diritto statuito nel documento.

Si sottolinea qui, e si avrà modo di approfondire la riflessione in seguito, che nella carta vengono indicati il modo e gli strumenti attraverso i quali la cooperativa dimostra di rispettare gli impegni. Il fatto che la cooperativa espliciti questi ultimi non significa che essa abbia studiato dei meccanismi di autovalutazione del perseguimento degli stessi.

Ad esempio la cooperativa si impegna a garantire ai lavoratori occasioni di formazione, di incontro e di confronto; come è possibile verificare che questo impegno è stato rispettato? Se sì in che modo?

Nei punti successivi, quelli che stabiliscono gli impegni nei confronti degli interlocutori esterni, gli intenti diventano plurimi. È il caso del punto dedicato agli utenti:

<b><math>\alpha</math></b>	<b><math>\beta</math></b>
(Intenti) ...(per soggetti disabili) Solaris vuole rispettare le esigenze e le caratteristiche personali degli utenti, preoccupandosi del loro benessere ...incoraggia il lavoro di rete con tutte le forze che possono favorire l'integrazione sociale delle persone disabili... (per i tossicodipendenti) mira a realizzare con i servizi pubblici e privati e con agenzie formative il reinserimento sociale ...responsabilizzare ciascuno nella gestione della cura personale, del tempo , del danaro, delle relazioni personali...	
<b>G</b>	<b>Testo</b>

In questo punto inoltre vengono specificate le azioni che già si svolgono affiancati agli impegni che la cooperativa intende rispettare:

<b><math>\alpha</math></b>	<b><math>\beta</math></b>
(Azioni che già si svolgono) ...(per i disabili) Solaris lavora mediante progetti educativi individualizzati ...offre sostegno specialistico agli operatori... (per i tossicodipendenti) i progetti educativi sono individuali e stabiliti con il consenso degli utenti...fornisce periodicamente informazioni alle famiglie degli utenti le informazioni sull'organizzazione, le risorse e le scelte dei propri servizi...	
<b>G</b>	<b>Testo</b>

La scelta di specificare le azioni che già si svolgono, conferma quanto detto sopra circa la filosofia che ha ispirato la creazione di questo documento; in questa carta etica, infatti, non vengono necessariamente stabilite nuove modalità di azione, così come sopra non venivano specificati necessariamente nuovi impegni in aggiunta a quelli che già Solaris si prefiggeva di mantenere prima della realizzazione di questo documento. Se pensiamo alle trasformazioni organizzative di questa impresa degli ultimi anni, la carta etica potrebbe avere avuto il compito di fare chiarezza prima di tutto dentro la struttura stessa della cooperativa, riproponendo su un tavolo di discussione le questioni tematiche di rilievo per i membri della cooperativa medesima e facendoli diventare, attraverso la loro esplicitazione, dei traguardi da raggiungere o da confermare nel quadro delle relazioni interne ed esterne. A questo riguardo sembra particolarmente interessante descrivere come Solaris ha costruito questo documento.

## La partecipazione e il percorso di costruzione

Il percorso di ascolto e di emersione delle tematiche rilevanti agli occhi dei membri della cooperativa è avvenuto in forma democratica e partecipata. La carta etica elaborata dalla cooperativa Solaris, infatti, ha avuto un anno di gestazione all'interno di un gruppo che venne creato per rappresentare in modo uniforme tutti i settori della cooperativa: dal Cda alle figure di coordinamento dei settori handicap e tossicodipendenza, dai lavoratori soci e non ai soci volontari. In tutto il gruppo di lavoro era composto da 15 persone. Compito di questo gruppo era non solo quello di rappresentare le esigenze della cooperativa (ad esempio il tema del "contratto di lavoro"), ma anche quello di individuare gli interlocutori di riferimento (in questo caso i "lavoratori") e tradurre l'esigenza in impegni perseguibili dalla cooperativa ("rispettare il contratto"). A fianco di questa azione comunicativa – relazionale ne avveniva un'altra più di tipo informativo: infatti i progressi fatti da questo gruppo (ad esempio le prime bozze di carta) venivano diffusi a tutti i membri della cooperativa; al termine del percorso la carta è stata approvata dall'assemblea generale. Queste ultime fasi non hanno però suscitato l'interesse che era nei propositi di ottenere.







### ***Punti di forza e punti di debolezza: prospettive***

La carta dei valori trae la sua forza da due elementi: il primo è legato al percorso di discussione partecipata che l'ha fatta nascere e il secondo al fatto che non stabilisce impegni al di sopra delle capacità della cooperativa.

Proprio per il fatto che alla discussione hanno partecipato tutte le figure operanti in Solaris è stato possibile evidenziare tematiche rilevanti per la cooperativa nel suo complesso. Il fatto di lavorare attraverso un gruppo ristretto ha consentito poi la traduzione partecipata dei temi in impegni. Un effetto diretto di questo percorso ha portato coloro che hanno partecipato al gruppo ad una migliore conoscenza dell'ente stesso e alla richiesta di adesione societaria di coloro che prima non erano soci.

Legato a questo aspetto vi è poi il fatto che la carta ha consentito l'avvio di un percorso di autovalutazione della cooperativa, sia del suo operato che dei suoi intenti, e che ha portato alla decisione di riscrivere lo statuto della cooperativa. Infatti la carta etica riprende quanto detto da questo strumento e, attraverso il percorso di traduzione che si è cercato di descrivere sopra, lo integra. Nel caso di Solaris ci si è resi conto che lo statuto così come lo si era concepito nel 1984, era molto distante dalla realtà dei fatti di un'impresa che ha alle proprie spalle venti anni di storia.

L'avvio di un percorso di autovalutazione rimanda però al fatto che ad oggi la cooperativa non possiede strumenti di verifica adeguati in grado di mettere gli interlocutori nella

condizione di verificare se gli impegni presi siano o meno rispettati. Di qui l'esigenza di adottare la certificazione ISO, di scrivere la carta dei servizi e di produrre il bilancio sociale, passaggi successivi di un percorso di riflessione interna avviato proprio grazie alla carta etica, strumenti integrativi di un percorso di valutazione. Per fare un esempio del ruolo che potrebbero avere questi strumenti basti pensare ai vari questionari di soddisfazione la cui somministrazione agli interlocutori è prevista dalla certificazione di qualità. Solo attraverso un percorso di questo tipo, che affianca tra di loro una serie di strumenti diversi, l'interlocutore, sia egli esterno o interno, può concludere il percorso di valutazione avviato da Solaris con la carta etica. Viceversa quest'ultima, trascurate le potenzialità relazionali, rappresenta un semplice mezzo di informazione.

L'aspetto più debole di questa carta etica è proprio questo rischio: se infatti viene dichiarato che la cooperativa adotterà strumenti di verifica degli impegni presi, non viene esplicitato quali siano e di che natura. Questo rischia di far perdere di vista il significato implicito della carta etica, che è anche strumento di relazione come si è cercato di dire sopra. Pensando ad esempio agli interlocutori esterni, che non sono stati coinvolti nella elaborazione della carta, essi potrebbero invece partecipare alla fase di verifica del rispetto degli impegni. In altre parole il significato di avviare, grazie a questo documento, un percorso di autovalutazione potrebbe perdersi nel momento in cui non coinvolgesse attivamente gli interlocutori individuati.

Non si può infatti trascurare che

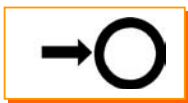
la carta etica, che è stata distribuita a tutti gli operatori soci e non e ai principali enti pubblici e privati con cui la cooperativa interagisce quotidianamente, ha un forte valore comunicativo nei confronti degli interlocutori che lì sono stati individuati.

Questo documento vincola però tale aspetto al fatto che la cooperativa necessita di una continua relazione con gli interlocutori. Ne è prova il fatto che essa specifichi impegni, cioè stabilisca i requisiti necessari ad una corretta

relazione tra cooperativa e soggetto interloquuto. Viene così implicitamente prevista la necessità di ampliare il grado di partecipazione anche a coloro che non hanno potuto partecipare al percorso di elaborazione di questo documento (magari in occasione delle future revisioni), impegno questo non dichiarato nella carta, forse più gravoso di quelli specificati al suo interno e già in parte fallito nei vari momenti di presentazione assembleare. La carta etica, oltre a esplicitare gli impegni, è essa stessa un impegno.



## 2. I “Principi descrittivi” e la comunicazione esterna: la CARTA DELLA DONAZIONE



### ***Storia della carta della donazione***

Sebbene il titolo possa trarre in inganno, la carta della donazione è in realtà un **codice**. Esso è rivolto a tutte le organizzazioni che operano nel mondo nonprofit e che svolgono raccolte di fondi. **Scopo** primo di questo documento è dunque quello di regolamentare questa attività. E' bene chiarire da subito che nelle righe che seguono si alterneranno i termini “Carta” e “codice” indifferentemente; questo perché “Carta” indica il nome dato al documento e “codice” rappresenta la natura dello stesso. La Carta della donazione è una proposta di Sodalitas, associazione senza scopo di lucro che ha lo scopo di sviluppare l'imprenditorialità nel Terzo settore ponendosi come ponte tra il mondo dell'industria e quello nonprofit, coniugando volontariato d'impresa e volontariato manageriale, promuovendo il coinvolgimento delle imprese profit nel sociale e contribuendo alla diffusione di competenze manageriali nel variegato mondo del Terzo settore.

Il percorso di costruzione della Carta ebbe inizio nel 1996 e terminò dopo tre anni nel 1999. Hanno collaborato alla definizione e alla stesura del documento altre due organizzazioni di secondo livello quali il Summit della Solidarietà, cui aderiscono quattordici organizzazioni a diffusione nazionale che si dedicano all'assistenza e alla ricerca scientifica nel campo socio – sanitario, e il Forum del Terzo Settore, che riunisce le principali realtà italiane di volontariato, associazionismo, cooperazione con lo scopo di rendere visibile il ruolo economico, politico e sociale del mondo

nonprofit. A queste si aggiunse anche il Comitato Telethon, che promuove su scala nazionale una maratona televisiva grazie alla quale si raccolgono fondi destinati a finanziare la ricerca scientifica per la cura delle distrofie muscolari e di altre malattie genetiche.

Sodalitas si fece carico di redigere una prima bozza (luglio '97) che passò al vaglio del gruppo di lavoro che la revisionò. Si giunse così ad una prima stesura che venne presentata ad un convegno nazionale in cui si raccolsero numerose critiche ed osservazioni da cui emersero i principali nodi legati all'idea di costruire un codice della donazione. Per raccogliere quanti più contributi possibili Sodalitas organizzò due workshop, a Roma e Milano. In quest'ultimo il Summit della Solidarietà mise in evidenza il fatto che alla carta serviva una nuova impostazione di fondo in grado tenere in considerazione le effettive esigenze delle Associazioni del Terzo settore; si reclamava in sostanza la necessità di ampliare il grado di partecipazione e di definire in modo più appropriato alcune questioni rilevanti come ad esempio la definizione di standard qualitativi adeguati per tutti.

Superate queste difficoltà, che ridefinirono anche i ruoli di coloro che avevano aderito al progetto, il codice venne presentato in maniera ufficiale a Civitas nell'aprile del '99. Seguì un'opera di divulgazione in tutta Italia e una presentazione all'allora ministro per la Solidarietà sociale Livia Turco, che ne sottolineò il valore pubblico come strumento di garanzia nella raccolta e nell'uso delle risorse.



## ***La Carta della Donazione***

La stesura della Carta rappresenta il primo passo di un percorso articolato in più fasi. Alle organizzazioni che fossero interessate, si chiede infatti prima di aderire e poi di adottare lo strumento. La scomposizione del percorso è funzionale al fatto che occorre per ogni singola organizzazione effettuare attività di accompagnamento, consulenza e formazione alla corretta applicazione dello strumento. Si è quindi avviato nel maggio '02 una prima sperimentazione di adozione che coinvolse alcune organizzazioni: AIRC - Associazione Italiana per la Ricerca sul Cancro, Cesvi, Comitato Telethon, Fondazione Banca degli Occhi del Veneto, Mani Tese, SOS Malnate, sperimentazione che si è da poco conclusa e che ebbe l'obiettivo di verificare la fattibilità di adozione da parte di enti terzi.

E' al vaglio, inoltre, il progetto di costruire un comitato di garanzia del rispetto delle norme inserite nel codice, che avrà quindi il compito di rilasciare il marchio "Carta della Donazione". In tutta Italia hanno aderito alla Carta circa settanta organizzazioni.

## ***Caratteri generali e struttura del documento***

La Carta della donazione è nata con molteplici obiettivi che possiamo definire di carattere generale e di carattere specifico.

Nel novero dei primi possiamo includere lo scopo di diffondere nel terzo settore la cultura della trasparenza informativa in senso generale e della donazione in particolare. È convinzione degli estensori infatti che per confermare il rapporto di fiducia tra donatori e organizzazioni nonprofit e soprattutto per diffondere la fiducia ad altri ipotetici donatori, sia necessario garantire che le procedure di raccolta fondi siano codificate, adottate, praticate, standardizzate e controllate. Si spiega qui in parte la scelta di costruire un codice, un documento cioè in grado prima di tutto di codificare e successivamente di favorire le altre operazioni. In altri termini la Carta, in virtù del rigore che presuppone ed esprime, diventa garanzia per i donatori, soprattutto per quelli ipotetici, che raggiunti dal messaggio di "assicurazione" rappresentato dal marchio "Carta della donazione" sarebbero più invogliati a donare. Dall'obiettivo generale di trasparenza ne discende dunque uno specifico che è quello di ampliare le donazioni.

Collegato all'obiettivo di trasparenza, vi è quello di coerenza tra principi enunciati e azioni compiute dalle organizzazioni del Terzo settore. Nel caso specifico, lo strumento del codice avrebbe lo scopo di manifestare all'esterno la coerenza d'azione di una organizzazione su un tema delicato come quello della donazione. Questo obiettivo è essenzialmente rivolto a quegli enti che fanno della donazione il principale strumento di raggiungimento della propria missione (sono di esempio enti come AIRC, Telethon o le fondazioni)

Un terzo obiettivo generale è quello di diffondere nel terzo settore, coerentemente con la missione di Sodalitas, competenze manageriali: infatti scopo del

codice, per quanto riguarda la donazione, è quello di veicolare pratiche di raccolta fondi che siano quanto più efficaci ed efficienti, puntualizzando le singole azioni che occorre compiere per raggiungere questa finalità specifica.

Nel complesso possiamo dire che il codice si rivolge sia all'interno che all'esterno delle organizzazioni: esso vuole essere di stimolo alla diffusione della donazione attraverso il ripensamento e la modifica delle pratiche di raccolta fondi delle organizzazioni che lo adottano.

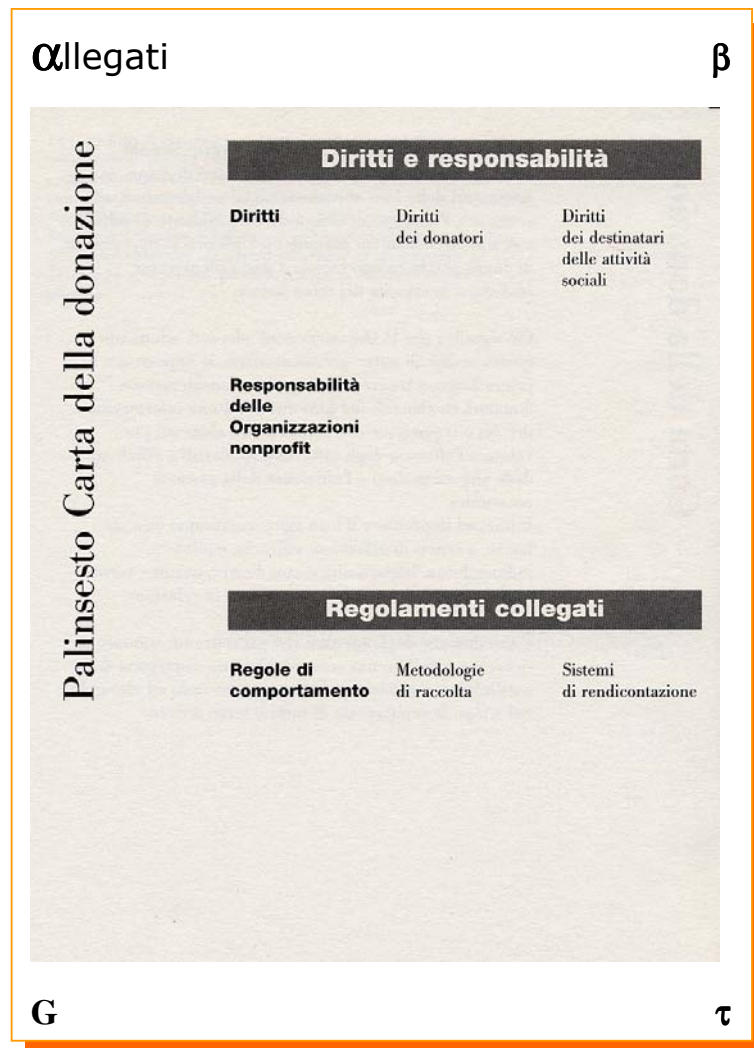
In linea con questa lettura è la struttura del documento. Esso è diviso in due sezioni:

nella **prima**, rivolta agli interlocutori esterni all'organizzazione, vengono enunciati:

- i *diritti* dei donatori e dei destinatari delle attività sociali
- le *responsabilità* delle organizzazioni nonprofit;

nella **seconda sezione**, rivolta invece agli interlocutori interni, vengono enunciate le *regole di comportamento*, esplicitate in:

- metodologie di raccolta
- sistemi di rendicontazione.



## **Strumenti e contenuti della Carta**

Tre sono gli strumenti di cui si avvale questo codice per raggiungere gli scopi di cui si è detto: esso infatti sancisce i **diritti** degli interlocutori esterni alla organizzazione, individua le **responsabilità** di queste ultime, esplicita le **regole** di comportamento che gli interlocutori interni agli enti devono rispettare nell'atto della donazione.

Nella **prima sezione** vengono enunciati i diritti dei donatori e dei destinatari delle attività sociali.

Tra i principali si possono ricordare per i primi una serie di diritti legati *all'aspetto informativo* (diritto ad una trasparente e completa informazione sull'organizzazione a cui si offre la donazione e sull'iniziativa da sostenere; diritto alla tutela dei dati personali; diritto di visione del rendiconto economico dell'ente). A questi si associano i diritti legati al *donatore come persona* (diritto a manifestare le proprie considerazioni sull'attività dell'ente; diritto al riconoscimento del contributo dato; diritto ad essere rispettati nella libera volontà di dono, senza esercitare pressioni). Chiude l'enunciazione di un diritto legato alla *donazione stessa*, qui esplicitato affinché le risorse raccolte siano impiegate in modo indipendente da condizionamenti estranei alla missione dell'ente.

Segue la stessa impostazione la parte dedicata ai diritti dei destinatari delle attività sociali che beneficiano dell'attività della raccolta dei fondi (diritti legati all'aspetto informativo, al destinatario come persona, alla donazione stessa). Alcuni diritti sono validi infatti tanto per i donatori che per i destinatari della raccolta fondi. A seguito di questa prima parte, che si potrebbe definire come introduttiva, sono esplicitate le responsabilità delle organizzazioni nonprofit, suddivise in sette aree tematiche (missione, efficacia, efficienza, equità, imparzialità e non discriminazione, indipendenza, trasparenza). In questa parte della carta si cerca di tradurre questi temi in impegni concretamente perseguibili senza però descrivere in modo preciso le azioni che si dovrebbero compiere per rispettare tali impegni. Lo scopo dichiarato da questa traduzione è quello di garantire agli interlocutori esterni il perseguimento dei diritti sopra espressi.

Per fare un esempio, essere *equo* significa impegnarsi a distribuire le risorse in modo proporzionale ai bisogni identificati dalla missione; garantire ai donatori e ai volontari adeguata riconoscenza; garantire agli operatori un trattamento rispettoso delle norme vigenti. Per quanto riguarda la *trasparenza* le organizzazioni si impegnano a redigere e pubblicizzare la situazione patrimoniale, fornire informazioni circa gli scopi che le organizzazioni perseguono. O ancora impegnarsi a garantire *l'efficienza* significa coordinare (in modo efficiente) l'apporto dei diversi soggetti che contribuiscono al perseguimento della missione, mantenendo le condizioni affinché ci sia sempre massimo impegno nel perseguimento dello scopo sociale

In altre parole, la Carta, con questa traduzione, tenta di definire il campo in cui il tema deve essere agito (ad esempio l'efficienza viene agita attraverso il coordinamento dei soggetti che contribuiscono al perseguimento della missione), senza però specificare le azioni che si dovrebbero compiere e gli strumenti che si dovrebbero usare per rispettare tali impegni. Anche laddove si richiama esplicitamente alla esigenza di dare pubblicità (alla missione, al bilancio economico eccetera), non vengono specificate né le forme né i modi. Si tratta pertanto di impegni generali, anche se non generici.

In virtù dei diritti espressi e degli impegni enunciati, nella **seconda sezione** la Carta della donazione esplicita le regole di comportamento in merito alle metodologie di raccolta dei fondi e ai sistemi rendicontazione, assumendo quindi l'aspetto di un vero e proprio codice di condotta.

Per quanto riguarda il primo punto vengono disciplinati la trasparenza della raccolta, la destinazione dei fondi, la riservatezza e il rispetto del donatore, le caratteristiche del messaggio pubblicitario, le attività speciali. Di ognuno di essi si specificano le azioni che devono essere compiute.

Per fare un esempio, nel punto dedicato alla trasparenza della raccolta dei fondi si sancisce che le organizzazioni devono definire un programma annuale, un piano di previsione dei principali progetti (budget) in cui specificare l'identità del progetto, le finalità della raccolta, l'utilizzo dei fondi, la durata della raccolta e così via.

Lo stesso grado di precisione è riservato agli altri punti. Per quanto riguarda la destinazione dei fondi non si deve definire in modo generico la finalità delle donazioni raccolte (ad esempio si devono evitare espressioni del tipo "aiuti ai poveri e bisognosi"). O ancora le organizzazioni devono rendere pubblico il costo della raccolta fondi sull'ammontare complessivo delle risorse raccolte.

Nel documento si riportano inoltre le caratteristiche che deve o non deve avere il messaggio pubblicitario.

Nella parte dedicata ai sistemi di rendicontazione si stabiliscono norme per quanto riguarda l'amministrazione (ad esempio nomina di un consiglio d'amministrazione direttivo, di un tesoriere, di organismi tecnici eccetera), per la gestione contabile (enunciazione dei principi contabili cui ci si riferisce, nomina di organi di controllo e così via), per la redazione dei bilanci annuali (bilancio preventivo, rendiconto relativo alla raccolta fondi, rendiconto annuale, nota integrativa eccetera). Come si può notare il codice pone l'accento in tutte le sue parti sulla comunicazione trasparente dei dati, tema questo che è divenuto nel corso della discussione con le organizzazioni promotrici il focus su cui concentrare gli sforzi della redazione. Le norme presenti in questo documento si configurano come regole descrittive, che acquisiscono però valore prescrittivo solo nel momento dell'adozione dello strumento.

**REGOLE DI COMPORTAMENTO****METODOLOGIE DI RACCOLTA**

Per fundraising si intende ogni forma di richiesta diretta o indiretta di denaro, proprietà o credito, beni materiali o quant'altro abbia valore, offerto nell'immediato o promesso per il futuro, con l'intesa che ogni apporto venga utilizzato per scopi di solidarietà, promozione sociale e culturale. Ciò premesso, le Organizzazioni aderenti alla presente Carta si impegnano a mantenere, nell'attività di fundraising così intesa, gli standard di comportamento qui di seguito illustrati:

**1. Trasparenza della raccolta fondi**

L'attività di raccolta fondi presso il pubblico deve essere finalizzata allo scopo per cui è stata avviata e accompagnata da una chiara e veritiera informazione. Ne consegue che:

- 1.1. Le Organizzazioni che intendono avvalersi di un'attività di raccolta fondi, dovranno definire un programma annuale di raccolta che comprenda tutti gli interventi specifici da effettuare nel corso dell'anno. In particolare, per ogni operazione significativa del programma annuale sarà preparato un ragionevole piano di previsione (budget) denominato Progetto di raccolta che illustrerà le informazioni rilevanti relative all'attività di fundraising. Si suggerisce ad esempio di indicare in modo chiaro e con dettagli commisurati al genere e all'entità della raccolta, l'identificazione del progetto, l'enunciazione delle finalità della raccolta, l'utilizzo ed eventuale ripartizione dei fondi raccolti, la durata della raccolta, la previsione dell'ammontare del ricavato che si intende raggiungere, l'indicazione delle spese previste per la gestione del progetto (spese di pubblicità e contributo alle spese generali).
- 1.2. Gli elementi qualificanti del progetto di raccolta dovranno essere presentati nel messaggio di comunicazione. In ogni caso, le Organizzazioni dovranno rendere disponibile la visione del piano ai donatori che ne facessero richiesta.
- 1.3. Le Organizzazioni dovranno inoltre dare una chiara informazione sulle possibilità di detrazione fiscale della donazione.

**2. Destinazione dei fondi raccolti**

Nell'attività di raccolta le Organizzazioni si impegnano ad una gestione finanziaria delle risorse ispirata alla massima efficacia ed efficienza. Ne consegue che:

- 2.1. La destinazione dei fondi deve essere chiaramente esplicitata e, possibilmente, legata ad uno specifico progetto d'intervento. Sono da evitare indicazioni generiche e non finalizzate (ad esempio, aiutare i poveri ed i bisognosi). Inoltre, qualora il destinatario sia l'Organizzazione in quanto tale, andranno indicate le attività cui verranno destinate le somme raccolte.
- 2.2. Le Organizzazioni devono evitare costi eccessivi nella realizzazione e nella gestione dei progetti di raccolta, allo scopo di destinare alla finalità dichiarata la percentuale massima possibile delle somme raccolte. Inoltre si impegnano a rendere pubblico annualmente il livello dei costi sostenuti, per attività di fundraising (spese amministrative, costi della raccolta fondi e del personale, ecc.), rispetto all'ammontare complessivo della raccolta. Le Organizzazioni in situazioni particolari - fase di costituzione e di avviamento (tre anni), piani pluriennali di attività, donazioni modali, programmi di raccolta pluriennali, ecc. - potranno, temporaneamente, trovarsi a sostenere livelli di costo elevati. In ogni caso, dovranno rendere pubbliche le motivazioni che giustificano tale maggiore incidenza.

**3. Riservatezza e rispetto del donatore**

Le Organizzazioni si impegnano al totale rispetto e tutela della privacy del donatore in conformità alla normativa di legge.

**4. Attendibilità, pertinenza ed equità del messaggio pubblicitario**

Gli appelli di raccolta fondi dovranno conformarsi all'articolo 46 del codice di autodisciplina pubblicitaria che si basa sul principio che la pubblicità deve essere "onesta, veritiera e corretta". Pertanto:

- 4.1. Gli appelli di raccolta fondi conterranno informazioni chiare, complete e facilmente comprensibili sugli scopi e sull'utilizzo delle somme raccolte.
- 4.2. Il messaggio promozionale sarà chiaro, essenziale, coinvolgente ma non aggressivo emozionalmente. Non conterrà, quindi, elementi colpevolizzanti nei confronti di coloro che non aderiscono all'iniziativa e le metodologie utilizzate eviteranno eccessive reiterazioni.
- 4.3. Il messaggio comunicazionale non sarà lesivo della dignità e del decoro della persona umana, né utilizzerà informazioni o immagini che rappresentino in modo distorto lo stato di bisogno dei beneficiari.
- 4.4. Il messaggio non sovrasterà gli effetti benefici del contributo al fine di incentivare a donare.

**5. Attività speciali**

L'effettuazione di vendite di beni e servizi e l'organizzazione di intrattenimenti e manifestazioni sportive collegate a donazioni, nonché le operazioni di cause related marketing, dovranno ispirarsi al principio della massima trasparenza, nel mutuo rispetto e mutuo beneficio di tutti i partner coinvolti. Ne consegue che:

- 5.1. Nell'effettuare vendite di beni e servizi, aste e pesche benefiche collegate a donazioni, le Organizzazioni dovranno dichiarare l'ammontare totale di quanto raccolto e, ove del caso, la percentuale del valore del bene o servizio venduto che è devoluto in donazione. Inoltre, il nome dell'eventuale appaltante dell'operazione
- 5.2. Nel promuovere spettacoli, gare sportive e manifestazioni culturali, le Organizzazioni dovranno dichiarare la percentuale di ricavato destinato ai fini della raccolta e, a posteriori, l'ammontare totale della raccolta. Inoltre, il nome dell'eventuale appaltante dell'operazione
- 5.3. Nell'effettuare, in collaborazione con imprese, azioni di pubblicità, promozione e vendita di beni e servizi collegate all'attività o all'immagine dell'Organizzazione sarà comunicato l'ammontare o la percentuale di valore destinata all'Organizzazione stessa. In ogni caso tali operazioni devono evitare una possibile strumentalizzazione della causa sociale rispetto alle pur legittime finalità commerciali.

**Fonte:** [www.cartadonazione.it](http://www.cartadonazione.it)

## ***La partecipazione e il percorso di costruzione***

La Carta è stata elaborata da Sodalitas grazie alla consulenza scientifica di esperti di codici etici e di figure impegnate in importanti società di consulenza. La funzione del gruppo di promotori era all'inizio quella di controllare che la carta esprimesse principi e regole quanto più condivisibili da tutto il mondo nonprofit.

In realtà a seguito del percorso che si è sviluppato, dopo le critiche giunte dagli stessi promotori, l'azione del gruppo si è trasformata da funzione di controllo ad attività di accompagnamento e di sostegno delle organizzazioni, assegnando in questo modo più responsabilità ai promotori stessi. Con questa importante correzione di rotta si è cercato di ovviare ad un problema sollevato dai promotori che vedevano nella bozza un documento che stabiliva norme troppo vincolanti e specifiche, in altre parole poco attenta alle effettive condizioni di lavoro delle organizzazioni, soprattutto di quelle piccole che non avrebbero mai avuto le forze per rispettare tutte le norme del codice.

Due sono i percorsi di avvicinamento alla Carta: ad una prima adesione che manifesta il desiderio di adottare la carta, segue l'adozione vera e propria, che dovrebbe essere supportata da azioni formative. Si usa il condizionale perché come detto altrove è stata effettuata solo una sperimentazione su poche organizzazioni sulla applicabilità di questo strumento, i cui risultati non sono ancora conosciuti. Il tempo tra l'adesione e l'adozione dovrebbe mettere tutti gli operatori nelle condizioni di rendersi conto di che tipo di cambiamenti avrebbero luogo qualora questo codice fosse in vigore.



### ***Punti di forza e punti di debolezza: prospettive***

Si possono fare due ordini di considerazioni circa l'esperienza che si è appena descritta.

Una prima riflessione può essere fatta circa il rapporto che questo strumento tenta di stabilire con i **donatori**. Per semplificare, potremmo schematicamente classificare queste persone come "donatori effettivi" e "donatori potenziali".

Tra i primi possiamo includere coloro che già donano i propri fondi a organizzazioni che hanno già individuato e di cui "si fidano". Per costoro la Carta della donazione offre una certezza in più oltre a quella personale che il donatore ha nei confronti di quella determinata organizzazione. Il processo di raccolta e gestione dei fondi è infatti reso più trasparente e razionale grazie alle norme stabilite dal codice e quindi il donatore ha la certezza che grazie alla Carta i propri fondi verranno gestiti in una corretta maniera e, in teoria, anche in modo più efficiente. Si leggono sullo sfondo gli sforzi fatti nel progetto da Sodalitas, coerentemente con la propria missione, per cercare di portare elementi della cultura profit nel mondo nonprofit.

Tra i "donatori potenziali" si potrebbero far rientrare in questo gruppo di persone coloro che hanno il desiderio e la possibilità di donare, ma non sanno a chi destinare i propri fondi e preferiscono aspettare di avere informazioni certe sulla natura e sul modo di gestire i fondi delle organizzazioni che si impegnano nella raccolta di fondi. Per costoro la Carta della donazione si configura soprattutto come uno strumento **informativo** e di orientamento alla scelta, oltre che di

**garanzia** e quindi di assicurazione circa il buon esito di raccolta e destinazione dei fondi. In questo caso la donazione è, ancora di più che nella situazione dei "donatori effettivi", uno scambio di **fiducia** oltre di che danaro.

In base a questi presupposti di fiducia, trasparenza ed efficienza che costituiscono i punti di forza di questa esperienza, la Carta potrebbe anche contribuire a trasformare una terza categoria di persone, i "non donatori", in donatori.

Una seconda riflessione può essere fatta circa il rapporto della Carta con le organizzazioni del terzo settore. Occorre sottolineare che questo codice si rivolge indistintamente a tutti gli enti nonprofit. A questo proposito si ricordano le critiche mosse dal Summit della Solidarietà circa la necessità di considerare la natura e le dimensioni delle associazioni cui ci si rivolge. Infatti lo strumento, così come è stato concepito, richiederebbe notevoli sforzi di adattamento alle regole che esso enuncia e di cui esige il rispetto in virtù della sua natura prescrittiva, sia in termini economici che organizzativi.

Questa considerazione potrebbe essere particolarmente veritiera per le piccole associazioni, che spesso volte non hanno a disposizione molte risorse da spendere per la propria organizzazione interna e preferiscono concentrarsi sul soddisfacimento del bisogno contingente rilevato e per cui si organizza la raccolta di fondi.

A questo riguardo, meriterebbero un approfondimento particolare i percorsi di avvicinamento allo strumento, che potrebbero agevolare le trasformazioni richieste dall'adozione della Carta.



S ricorda che è attualmente in atto una prima sperimentazione di adozione della Carta presso associazioni di piccole e grandi dimensioni; esperienza questa che dovrebbe inoltre fare da trampolino di lancio alla nascita di un organismo, formato da tutte le organizzazioni del terzo settore italiano, che possa certificare e fornire il marchio "Carta della donazione".

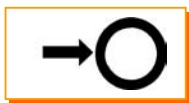
La sperimentazione in atto potrebbe contribuire a mettere in evidenza che, al di là delle trasformazioni di tipo procedurale implicate in un eventuale decisione di adesione a questo codice, l'organizzazione che si accosta a questo strumento avrebbe l'occasione di riflettere al proprio interno sugli obiettivi che l'attività di raccolta fondi presuppone sia in relazione al singolo

progetto che si vuole realizzare con i fondi raccolti, sia in relazione alla dimensione strategica della donazione nel quadro delle altre attività dell'ente.

Inoltre i risultati della sperimentazione potrebbero fornire spunti su come migliorare la Carta stessa e avviare in futuro momenti di revisione. Per tornare a quanto detto sopra circa il rapporto del codice con le organizzazioni meno strutturate potrebbe essere interessante introdurre nella Carta un capitolo dedicato ai diritti delle organizzazioni e non solo ai doveri delle stesse verso i donatori, magari sotto forma di piccole deroghe al regolamento espresso nella Carta, così da rendere quest'ultima per certi versi più flessibile.



### 3. II “CODICE ETICO” di autoregolamentazione: FEDERSOLIDARIETA’ - CONFCOOPERATIVE



#### **Confcooperative e Federsolidarietà**

**Confcooperative** (Confederazione Cooperative Italiane) è la principale organizzazione di rappresentanza, assistenza e tutela del movimento cooperativo e svolge una funzione di promozione cooperativa riconosciuta dalla Costituzione italiana (articolo 45). L'articolo 1 dello statuto di Confcoop richiama esplicitamente i principi e la tradizione della dottrina sociale della Chiesa.

Confcooperative è un organo politico diffuso su tutto il territorio nazionale e articolato in unioni regionali e provinciali. Le cooperative che aderiscono a Confcoop sono più di diciottomila e si suddividono in otto federazioni di settore: Abitazione, Agricolo e Agroalimentare, Consumo e Distribuzione, Cultura - Turismo - Sport, Lavoro e Servizi, Pesca, Solidarietà, Credito Cooperativo cui si aggiunge il Segretariato Mutue.

La federazione delle cooperative sociali si chiama **Federsolidarietà** ed è la più giovane delle federazioni cooperative sopra elencate. Come Confcoop essa è strutturata su scala regionale e provinciale. La sua missione è quella di rappresentare dal punto di vista politico e istituzionale le proprie associate, e di elaborare politiche di sviluppo in linea con gli indirizzi

programmatici generali promossi dall'Assemblea Nazionale. I compiti di Federsolidarietà sono quelli di curare la promozione e assistere sul piano tecnico ed economico le cooperative associate.

L'idea di impresa sociale sposata e promossa da Federsolidarietà si basa su una serie di valori quali l'autosufficienza, l'autoresponsabilità, la democrazia, l'eguaglianza, l'equità e la solidarietà. A questi fanno seguito una serie di principi che ispirano l'agire quotidiano delle cooperative; si tratta di linee guida e possono così essere sintetizzate:

- Adesione libera e volontaria.
- Controllo democratico da parte dei Soci
- Partecipazione economica dei Soci
- Autonomia e indipendenza
- Educazione, formazione e informazione
- Cooperazione tra cooperative
- Impegno verso la collettività

Aderiscono a Federsolidarietà non solo le cooperative, ma anche i consorzi di cooperative, enti di secondo livello, che hanno il compito di assistere le consorziate supportando le loro attività mediante servizi di consulenza mirata, promuovendo le attività delle stesse, accrescendo le commesse di lavoro e la loro visibilità.



## ***Il codice di autoregolamentazione***

La decisione di costruire ed adottare un codice di autoregolamentazione nasce in un delicato periodo storico di Federsolidarietà, verso la metà degli anni '90. A seguito dei cambiamenti dei primi anni di quel decennio, dovute alle indagini sulla corruzione politico – finanziaria, le amministrazioni comunali iniziarono ad adottare criteri molto rigidi di selezione nei concorsi e negli appalti degli enti privati che avrebbero dovuto gestire ed erogare servizi di pubblica utilità in materia sociale quali ad esempio le cooperative. Uno dei principali cambiamenti fu l'introduzione nelle gare d'appalto del criterio di massimo ribasso dell'offerta.

Le conseguenze non tardarono a manifestarsi: alcune cooperative, pur di sopravvivere, parteciparono a quante più gare d'appalto fu loro possibile in tutta la penisola italiana. Molte di queste vennero vinte dalle medesime cooperative grazie a particolari contratti che stabilivano per i soci retribuzioni difformi e inferiori da quelle per i lavoratori non soci. Questa tendenza portò alla generale diffusione di frequenti turnazioni, tutto a discapito della qualità del servizio offerto, cui si associarono forti spinte alla delocalizzazione dei servizi su tutto il territorio nazionale.

Nacque così, proprio dalle stesse cooperative, l'esigenza di porre fine a questo trend avviando una riflessione critica al proprio interno, che si sviluppò in seno agli organi di rappresentanza quali appunto quelli di Federsolidarietà, partendo dalle unioni provinciali fino ad approdare all'assemblea nazionale. La discussione, che durò parecchi mesi, si concluse con l'approvazione unanime di un codice di autoregolamentazione all'assemblea nazionale del 1996 a Napoli. Il documento fu poi passato al vaglio di Confcooperative che, dopo un anno di discussione, lo approvò.

In particolare la scelta di adottare un codice trovava la sua ragione di essere nel desiderio di vincolare la cooperativa che volesse aderire a Federsolidarietà - Confcooperative a pochi principi esplicitamente tradotti in norme da rispettare. Coloro che non avrebbero rispettato le norme incluse nel codice sarebbero state allontanate dalla federazione. Dunque tutte le cooperative che oggi aderiscono a Federsolidarietà devono formalmente dichiarare nel proprio statuto l'adesione al codice.

## ***Caratteri generali e struttura del documento***

Il codice della cooperazione sociale è un documento composito. Sono infatti quattro i contributi proposti messi in successione, senza un commento che li leghi, ma la cui lettura in serie consente di chiarire lo spirito vincolante del codice. Il primo, quello elaborato dalla discussione democratica in seno a Federsolidarietà, è intitolato "Codice dei comportamenti imprenditoriali, della qualità cooperativa e della vita associativa". È strutturato in due sezioni:

1. Principi per l'identità delle cooperative sociali
2. Indirizzi di strategia imprenditoriale

Chiude un'appendice intitolata "Promozione, vigilanza, sanzioni".

Accompagnano il codice altri tre documenti ad integrazione dello stesso elaborati in

altra sede, ma che si legano evidentemente con il disegno di fondo del codice e a cui si rimanda più di una volta:

- Uno stralcio dello statuto di Confcooperative (Titolo I "Denominazioni, finalità, funzioni", articolo 4 "Recesso ed esclusioni" da Confcooperative) che viene espressamente citato nella prima sezione del codice;
- Il regolamento delle adesioni di Confcooperative, di cui viene richiamato nell'appendice "Promozione, vigilanza, sanzioni" l'articolo 8 inerente l'esclusione dalla confederazione;
- La carta di Manchester, dichiarazione sull'identità cooperativa, alcuni principi della quale vengono ripresi ed esplicitati in forma più chiara e vincolante.

I passaggi logici che consentono di delineare la struttura di questo documento prendono spunto da un richiamo ai valori dell'essere un'impresa cooperativa, li esplicitano in principi e indirizzi conformi all'agire delle cooperative sociali e li vincolano a strumenti di controllo già esistenti (come lo statuto e il regolamento delle adesioni di Confcooperative) aggiungendo che chi non si adegua a questo codice, non solo si pone fuori dal contesto di Federsolidarietà, ma anche indirettamente non rispetta questi altri strumenti regolativi e quindi deve essere escluso dalla confederazione.

In questo percorso si può notare come un grosso peso venga dato all'azione di controllo e di vigilanza dell'operato delle cooperative. Su questo tema torneremo più avanti. Basti qui rilevare che questo è in linea con i compiti che spettano a Federsolidarietà che, così come Confcooperative, è un organo di rappresentanza politica e ha quindi la funzione di fornire direttive di inquadramento. L'azione di controllo stabilita nei contenuti e nelle forme dalla linea politica della federazione spetta dunque ad altri organi. In questa ottica il codice è un forte strumento di indirizzo politico che punta ad incidere, in virtù della sua cogenza, nell'assetto organizzativo della struttura delle singole cooperative sociali.

### **Strumenti e contenuti del codice**

Il vincolo associativo trova la sua regione d'essere nel momento in cui i principi dell'agire cooperativo vengono esplicitati. Il cuore di questo codice è infatti lo sforzo fatto da Federsolidarietà nell'esplicitare dai valori di base della cooperazione le azioni che pongono la singola cooperativa al di fuori della federazione.

Due sono gli strumenti che vengono usati nel codice per raggiungere questo obiettivo: i principi e gli indirizzi rispettivamente descritti nella prima e nella seconda sezione.

Per chiarire meglio quanto detto, descriviamo che cosa viene dichiarato nella **prima sezione** in cui vengono richiamati tre principi:

1. Gestione democratica e partecipata
2. Parità di condizioni tra i soci
3. Trasparenza gestionale.

Per quanto riguarda il primo di questi viene dichiarato che:

**α**

**β**

"sono incompatibili con l'appartenenza associativa regolamenti interni o impegni sottoscritti individualmente o da gruppi di soci che riducano o limitino la partecipazione democratica, svuotino delle loro competenze gli organi sociali statutariamente ordinati, concentrando in maniera impropria responsabilità e poteri decisionali su singoli organi e soggetti".

**G**

**Testo**

Se prendiamo il caso di una cooperativa che ha soci sparsi su tutto il territorio e fissasse assemblee a cui potesse partecipare solo un piccolo gruppo di tutta la base sociale, questa cooperativa sarebbe fuori dalle linee indicate nel codice, poiché non avrebbe luogo una effettiva partecipazione democratica di tutta la base sociale. Per quanto riguarda il secondo principio viene affermato che

$\alpha$

$\beta$

"non sono ammissibili decisioni che prevedano, a fronte di avvio di nuove attività, un trattamento economico differenziato in riduzione per i soci lavoratori impiegati in tali attività. Le eventuali minori entrate conseguenza di iniziative non sufficientemente remunerate, debbono riverberarsi in modo omogeneo su tutta la base sociale".

G

Testo

Se prendiamo il caso di una cooperativa che per vincere una gara d'appalto, in base al criterio del massimo ribasso, facesse contratti "particolari" per i soci impegnati in quella particolare attività, essa sarebbe dunque passibile di esclusione dalla federazione.

Il principio di trasparenza gestionale viene declinato stabilendo che le cooperative devono adottare forme di rendiconto sociale, in cui chiarire le modalità di ridistribuzione del valore prodotto, soprattutto per quanto riguarda eventuali benefit a dirigenti e coordinatori.

Come si può osservare questi tre principi, espressi in questo modo, presuppongono una strategia imprenditoriale adeguata. Il codice a questo proposito, nella **seconda sezione**, sempre ispirato dai principi che stanno alla base dell'identità cooperativa, individua sei punti:

1. Dimensione
2. Territorialità
3. Specializzazione
4. Valorizzazione generalizzata delle diverse risorse umane che fanno capo alle cooperative
5. Porta aperta e integrazione societaria di lavoratori retribuiti, volontari, fruitori
6. Collaborazione e integrazione tra cooperative

In particolare sono i primi tre a rivestire un'importanza particolare. La dimensione di una cooperativa, si dichiara nel codice, deve essere compatibile alla necessità di sviluppare effettive e positive relazioni tra i soci tanto di conoscenza quanto di collaborazione. Tornando all'ipotetico caso di una cooperativa che avesse attività e quindi soci sparsi su tutto il territorio nazionale sarebbe difficile rispettare questo indirizzo. In particolare qualora la cooperativa cresca in modo significativo, viene suggerito di adottare processi di moltiplicazione cooperativa e di integrazione consortile. Si sottolinea che per ogni indirizzo viene presentato l'obiettivo che dovrebbe ispirare l'azione di un imprenditore sociale: l'indirizzo dato sulle dimensioni della cooperativa è messo in relazione alla più ampia strategia di promozione e sviluppo di tutte le forme di "cooperazione fra cooperative".

Il secondo indirizzo quello della territorialità, integra il primo e suggerisce di perseguire un costante radicamento con il territorio in cui si opera, costruendo e organizzando in maniera solidaristica le potenzialità e le risorse presenti in tutte le comunità locali. Anche in questo caso si cita un obiettivo più ampio che è quello del "perseguimento della promozione umana e all'integrazione sociale"

Il terzo punto indirizza alla specializzazione delle prestazioni delle cooperative. Qui non vengono citati obiettivi generali, ma si usa una terminologia significativa che aiuta a capire che, sebbene si stiano dando indirizzi, il vincolo associativo è sempre posto come monito:

<b>α</b>	<b>β</b>
"si deve quindi evitare di svolgere mera e indifferenziata prestazione di manodopera a favore delle amministrazioni pubbliche e degli altri soggetti privati committenti"	
<b>G</b>	<b>Testo</b>

Se i principi della prima sezione (democrazia, parità di condizioni, trasparenza gestionale) vengono tradotti in azioni vincolanti ("*è incompatibile...*" "*non sono ammissibili...*", "*è tenuta a...*"), gli indirizzi dati nella seconda appaiono meno vincolanti, sebbene venga lasciato intendere che per rispettare i principi di cui sopra, bisognerebbe seguire le linee esplicitate nel codice ("*comporta la necessità di...*" "*risulta ormai inderogabile...*", "*è necessario che...*").

Chiude il codice un'appendice in cui vengono dichiarati gli intenti di vigilanza degli organi di Confcooperative - Federsolidarietà nel far rispettare questo codice e gli indirizzi che esso esprime.

### **La partecipazione e il percorso di costruzione**

Il codice di Federsolidarietà è stato il frutto di un processo democratico, che ha visto coinvolti tutti i livelli di rappresentanza della federazione. In prima battuta, è stata la base provinciale ad iniziare a discutere della esigenza di autoregolamentare il proprio settore. La proposta ha avuto successo e l'iter ha avuto inizio. La discussione ha successivamente investito tutti i livelli di rappresentanza, fino al consiglio nazionale che ha approvato il documento all'unanimità. Si è dovuto successivamente passare al vaglio di Confcooperative, che dopo un anno, ha accettato il codice. Ad oggi questo rappresenta l'unico codice di autoregolamentazione delle otto federazioni di confcooperative.

La seconda fase prevede che ogni cooperativa e consorzio adotti il codice. E' formalmente previsto che nello statuto si inserisca una modifica che espressamente citi questo documento come punto di riferimento dell'azione sociale della cooperativa cui i dirigenti e gli operatori devono attenersi. In termini operativi l'obiettivo è che enti di primo e di secondo livello riproducano a scala locale il percorso di riflessione iniziato col codice, producano altri strumenti di regolazione più centrati sulle esigenze dei contesti territoriali in cui operano; in altri termini lo scopo è che questi attori implementino quella parte del codice che stabilisce gli indirizzi imprenditoriali di cui si è detto sopra.



### ***Punti di forza, punti di debolezza: prospettive***

La scelta di trasformare in vincolo i principi di gestione democratica e partecipata, parità di condizioni tra i soci e trasparenza gestionale rappresenta il punto di forza di questo documento che, in virtù di questa sua peculiarità, può essere definito un vero e proprio codice. L'obbligo trova però ragione d'essere nel momento in cui si individua una funzione preposta al controllo. Se è più agevole verificare quanto stabilito nella prima sezione del codice, risulta meno evidente come sia possibile verificare l'applicazione degli indirizzi stabiliti nella seconda parte del documento, in cui, come osservato sopra, non vi è una esplicita traduzione regolativa. L'idea del vincolo si rivela un'arma a doppio taglio. Questo forse rappresenta il punto debole del codice, in parte anche giustificato dal fatto che Federsolidarietà è un organo politico.

In questa prospettiva acquisiscono un ruolo fondamentale i consorzi i quali hanno l'effettiva possibilità di verificare l'applicazione del codice alla propria scala territoriale. Le esperienze dei vari consorzi lombardi dimostrano che il passaggio però non è così scontato. Se si vuole che il codice si implementi, occorre che esso venga ridiscusso tra le varie cooperative consorziate e venga esplicitato meglio per quanto riguarda gli indirizzi di strategia imprenditoriale. In altre parole non è detto che, siccome il codice regola, vengano poi effettivamente rispettati i dettami che esso contiene.

Per chiarire meglio quanto appena detto ci si può riferire all'esperienza di Sol.co Mantova

(consorzio solidarietà – cooperazione della provincia di Mantova), che ha elaborato in un forte periodo di crisi, dopo una discussione allargata e partecipata, una propria carta dei valori riprendendo in toto il codice di Federsolidarietà e producendo un regolamento che ha portato alcune cooperative ad uscire dal consorzio stesso. Il codice ha agito con la funzione di vincolo associativo e nel contempo di spunto per avviare una nuova strategia di rilancio. Questa seconda funzione trasforma il codice in strumento di governo.

Questo esempio è utile anche a mettere in evidenza che il codice di Federsolidarietà non chiede atti di fede nei confronti della struttura che l'ha promosso. Piuttosto mette in evidenza che un codice può contribuire a trasformare gli operatori e soprattutto gli imprenditori in professionisti, poiché propone una visione dell'impresa sociale e chiede di accettarla rispettando alcuni vincoli. Il codice si colloca tra necessità di lavorare ed esigenza di rispetto dei valori. È una sorta di ponte.

Nel complesso questa strategia ha portato i suoi frutti: la Regione Lombardia, l'ANCI e i sindacati, dopo l'approvazione del codice, hanno stilato un protocollo d'intesa con Federsolidarietà sulle gare d'appalto che riprende i principi stilati nel codice, incidendo in quel meccanismo che si era brevemente descritto all'inizio e che avrebbe portato a lungo andare ad una degenerazione generale dei servizi. Il codice ha dunque avuto un peso anche nel regolare i rapporti con gli interlocutori esterni al mondo della cooperazione.



**α**

La struttura del documento

La carta dei valori della rete consortile SOL.CO. MANTOVA, si compone di tre parti:

- a) Il sistema di valori su cui si fonda il nostro sistema. Esprime 7 fondamenti che riteniamo diano la dimensione di significato alla nostra azione ed esprimano per questo la nostra identikit.
- b) La visione del mondo del nostro sistema. Al di là delle varie opportunità di business, abbiamo provato a definire come vorremmo che fosse tra 10 anni questo nostro mondo, o almeno la porzione di mondo che abitiamo come sistema cooperativo.
- c) Infine abbiamo espresso la missione che riteniamo di dover svolgere, come rete di cooperative, per attuare questa visione a partire dalla nostra identikit e dai valori che ci costituiscono.

NOTA:

Le tre parti del documento sono, come accennato nel precedente paragrafo, tutte oggetto di costante verifica. Preme qui sottolineare che i tempi della revisione non saranno gli stessi.

La terza parte, quella che definisce la missione, È sicuramente la parte più contingente che andr  aggiornata con maggiore frequenza (non oltre il mandato di un CdA, ma meglio se con frequenza maggiore).

Le altre due parti le riteniamo meno contingenti ma da rivedere comunque per periodi che non siano superiori a due mandati di CdA.

Fonte: [www.solcomantova.it](http://www.solcomantova.it)

**β**

**G**

**Testo**



## 4. La "CARTA D'IDENTITA'" del Volontariato: CARTA DEI VALORI DEL VOLONTARIATO



Sebbene le organizzazioni che hanno promosso lo strumento di seguito descritto non siano di Milano, questo documento trova la sua utilità in questa sede in quanto proposta rivolta a tutte le associazioni italiane e strumento metodologicamente differente dai precedenti casi studio.

La carta dei valori del Volontariato è stata promossa da due importanti attori del mondo del volontariato italiano; si tratta della Fivol, che ha sede a Roma, e del Gruppo Abele, che ha sede a Torino, entrambi di ispirazione cristiana.

### **Fivol (Fondazione Italiana per il Volontariato)**

La nascita della **Fondazione Italiana per il Volontariato** (Fivol) venne promossa dalla Fondazione Cassa di Risparmio di Roma nel 1990. Un anno dopo la Fivol venne eretta in Ente Morale. La **missione** di questa organizzazione è quella di contribuire a concretizzare l'esigenza di un percorso comune all'interno del mondo del volontariato, fornendo una serie di supporti e di servizi a tutte le associazioni di volontariato. Questa fondazione offre ausili, strumenti e

consulenze di qualsiasi natura a tutte le organizzazioni, soprattutto a quelle appena nate, che non sono in grado da sole di realizzare i propri progetti di utilità sociale. Complementari a queste attività vi sono quelle di monitoraggio, di tutela e di promozione del mondo del volontariato.

### **Gruppo Abele**

L'**Associazione Gruppo Abele ONLUS** (Organizzazione Non Lucrativa Di Utilità Sociale) nasce circa quaranta anni fa (1965) come esperienza di volontariato, grazie all'impegno di don Luigi Ciotti. Da allora la strada percorsa è stata molta. La **missione** di questa associazione è quella di promuovere percorsi di solidarietà e giustizia sociale nella società. Numerose sono le iniziative intraprese da questa associazione che è presente soprattutto nei campi inerenti la tossicodipendenza (accoglienza e prevenzione), il carcere, l'alcoolismo, la prostituzione e la cooperazione internazionale. Se potessimo sintetizzare l'esperienza del Gruppo Abele potremmo dire che è un'associazione di "impegno culturale, educativo e di promozione della persona".



## ***La Carta dei valori del Volontariato***

La proposta di realizzare una Carta di valori del Volontariato venne fatta dal Gruppo Abele durante la terza Conferenza del Volontariato tenutasi a Foligno nel 1998. La Fivol accettò la proposta e rese operativo il progetto. Si costituì un gruppo di lavoro che avrebbe avuto il compito materiale di stendere la Carta. Successivamente vennero organizzati un seminario di approfondimento dell'idea ("Etica e volontariato"; Fivol, 2001) con esperti di diverse discipline, un convegno "Oltre i diritti, il dono" ed un sondaggio che coinvolse 142 presidenti (Fivol, 2000) in cui si chiedeva di esprimere un parere in merito all'idea di realizzare un documento che spiegasse in modo esplicito i valori fondativi del volontariato.

Il settanta per cento degli interlocuti si disse favorevole e il progetto partì. Nella fase istruttoria i promotori compresero la necessità di costruire una "carta", cioè un documento meno vincolante in senso normativo di un codice o di uno statuto che invece avrebbero richiesto un dibattito pubblico molto più ampio e impegnativo sia in termini di tempo che di coinvolgimento del mondo del Volontariato di quello che si era previsto, tale da dover forse rendere necessaria la convocazione degli Stati Generali del Volontariato.

Si decise così per una "Carta dei Valori del Volontariato". Una bozza del documento venne presentata in molte occasioni pubbliche nelle quali si raccolsero migliaia di critiche e osservazioni da tutta Italia. Dopo tre anni, verso la fine del 2001, il percorso giunse ad una conclusione e la Carta venne resa pubblica con lo slogan "un punto di arrivo per una nuova partenza".

## ***Caratteri generali e struttura del documento***

La Carta dei valori del Volontariato si configura come una sorta di **proposta culturale**, un momento di riflessione generalizzato di quella parte rilevante del Terzo settore che è il mondo del Volontariato, rivolto però a tutti gli attori che interagiscono quotidianamente con i volontari.

Le riflessioni dei promotori sono partite dalla considerazione che negli ultimi trent'anni la società civile è molto cresciuta e i rapporti tra Stato e cittadini si sono notevolmente modificati. In particolare i cittadini hanno dimostrato di sapersi organizzare per fare fronte a quei bisogni che la società manifesta. Un ruolo fondamentale in questo processo come è stato riconosciuto da più parti lo ha avuto il Volontariato, che pure oggi si ritrova dentro un contesto modificato, in cui il Terzo settore è stato a sua volta trasformato dalla spinta della società civile. Si sono modificati i rapporti del Volontariato non solo per quanto riguarda le relazioni con lo Stato, ma anche con gli altri attori del Terzo settore che agiscono con finalità di utilità sociale.

La Carta dei valori tenta *di fare chiarezza*, cioè di distinguere i ruoli tra Volontariato e Terzo settore, tra Volontariato e istituzioni pubbliche e tra Volontariato

e Volontariato, cioè dentro le organizzazioni stesse. La Carta dei valori è dunque rivolta a tutti i soggetti che a vario titolo e in varie forme interagiscono con i volontari e le associazioni di Volontariato.

Da questa impostazione discendono altri obiettivi specifici. Possiamo richiamarli sinteticamente dividendoli nelle tre aree di relazione sopra individuate:

#### *Volontariato e Terzo settore*

La Carta dei Valori ha l'obiettivo di chiarire che all'interno del Terzo settore il Volontariato ha un compito essenzialmente educativo che viene svolto promuovendo pratiche di cittadinanza attiva. A ciò si accompagnano funzioni di primo intervento sui bisogni delle persone.

#### *Volontariato e istituzioni pubbliche*

La Carta vuole confermare alle istituzioni pubbliche il ruolo del Volontariato di partner di programmazione e valutazione delle politiche e degli interventi sociali, concezione stabilita per altro dalla legge 328/00.

#### *Volontariato e Volontariato*

La Carta ha l'obiettivo di chiedere alle organizzazioni di volontariato di esplicitare la propria posizione in merito alle proprie attività, scegliendo chiaramente se essere impresa sociale, dunque realtà di tipo professionale, o rimanere organizzazione di volontariato.

Per *fare chiarezza* all'interno e all'esterno del Volontariato, i promotori hanno ritenuto opportuno prima di tutto richiamare i *valori* che dovrebbero stare alla base dell'agire volontario, da cui discendono, diritti, impegni, ruoli e mansioni. In questo modo la Carta rappresenta il primo gradino di un percorso ancora da scrivere.

Il documento è strutturato in due sezioni e in ventiquattro punti numerati in ordine progressivo. La **prima sezione** richiama i principi fondanti il Volontariato, mentre nella **seconda** vengono stabiliti i ruoli e gli atteggiamenti rispettivamente dei volontari e delle organizzazioni di volontariato.

### ***Strumenti e contenuti della Carta***

Nella **prima sezione** del documento vengono individuati in nove punti i principi fondanti dell'agire volontario. Con il termine *principi fondanti* si intendono declinazioni di che cosa significhi essere volontario e che cosa significhi fare volontariato. Si tratta di definizioni atte a qualificare i soggetti e le azioni del volontariato, che esplicitano cioè gli attributi che hanno i soggetti che sono ed esprimono l'essere volontario.

I punti salienti del discorso affrontato nella prima parte della carta possono essere così richiamati e ci aiutano anche ad esemplificare quanto appena detto. Nei primi due punti si afferma:

$\alpha$	<ol style="list-style-type: none"> <li>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.</li> <li>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.</li> </ol>	$\beta$
G		Testo

Come si può osservare vengono definite in modo preciso le caratteristiche e le modalità di azione del volontario. Questa è una fase preliminare funzionale al resto del discorso, dove si esplicita che cosa sia il volontariato attraverso il medesimo procedimento di declinazione:

$\alpha$	<div>Il volontariato è...espressione del valore della relazione e della condivisione con l'altro...scuola di solidarietà...esperienza di solidarietà e pratica di sussidiarietà...responsabile partecipazione e pratica di cittadinanza solidale</div> <p>ed inoltre:</p> <div>Il volontariato...ha una funzione culturale...svolge un ruolo politico.</div>	$\beta$
G		Testo

Si tratta dunque di una esplicitazione di valori, operazione che nella Carta può essere definita di enunciazione di principi. I valori vengono cioè definiti, chiariti e usati come presupposti alle affermazioni effettuate. Si citano la giustizia, la solidarietà, la sussidiarietà, la dignità umana e via dicendo; l'unico valore su cui però si pone l'accento più di una volta e che, alla pari degli altri, viene tradotto in principio è quello della *gratuità*, come si legge a punto 3:

$\alpha$  $\beta$ 

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.

G

 $\tau$ Testo

Nella **seconda sezione** si pone l'accento sui ruoli e gli atteggiamenti che coerentemente con i principi prima chiariti dovrebbero assumere i volontari e le organizzazioni di volontariato.

In merito ai primi si osservi che con ruoli e atteggiamenti si intende nella Carta esplicitare sia gli impegni dei volontari sia i diritti che essi hanno presso le organizzazioni in cui operano e le istituzioni, suggerendo quindi implicitamente i doveri di queste ultime nei confronti dei volontari. Infatti si afferma che i volontari:

 $\alpha$  $\beta$ 

*...sono chiamati a vivere la propria esperienza in modo coerente con i valori e i principi che fondano l'agire volontario...sono tenuti a conoscere fini, obiettivi, struttura e programmi dell'organismo in cui operano...si impegnano a formarsi...*

G

 $\tau$ Testo

A questi impegni si associano affermazioni rivolte anche alle organizzazioni in cui i volontari operano, come si legge ai punti 11 e 16:

 $\alpha$  $\beta$ 

- 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.
- 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 complementarietà 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.

G

 $\tau$ Testo

In virtù di quanto detto segue al punto 17 che:

$\alpha$

$\beta$

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.

G

Testo

Quest'ultima osservazione si configura come una sorta di diritto che i volontari hanno presso gli enti in cui prestano il proprio servizio.

È impostato in maniera differente la parte della seconda sezione dedicata alle organizzazioni; infatti qui si predilige esplicitare ciò che gli enti di volontariato già fanno. In questo modo le affermazioni si trasformano per gli enti in spunti di riflessione interna, mentre per gli interlocutori con cui le organizzazioni interagiscono come gli altri attori del Terzo settore e le istituzioni pubbliche a prendere atto dei ruoli che esse svolgono nella società.

$\alpha$

$\beta$

Le organizzazioni di volontariato... propongono idee e progetti... collaborano con le realtà e le istituzioni locali, nazionali e internazionali... svolgono un preciso ruolo politico e di impegno civico anche partecipando alla programmazione e alla valutazione delle politiche sociali e del territorio...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...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.

G

Testo

Espressioni che saltuariamente e non sistematicamente vengono accompagnate da dichiarazioni di intenti e di compiti:

$\alpha$

$\beta$

È compito dell'organizzazione riconoscere e alimentare la motivazione dei volontari... 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.

G

Testo



### ***La partecipazione e il percorso di costruzione***

Si sono descritte nell'introduzione le fasi principali del percorso che ha portato alla costruzione della Carta dei valori quali la discussione preliminare e la fase istruttoria con il coinvolgimento di 142 presidenti di organizzazioni, la costituzione di un gruppo di lavoro, la presentazione in pubblico in più occasioni. A queste si deve anche aggiungere la discussione in un forum su internet, in cui ogni volontario a titolo personale o in rappresentanza della propria associazione ha manifestato le proprie opinioni, facendo critiche più o meno puntuali ai punti della bozza elaborata dal gruppo che era composto da rappresentanti dei due enti promotori.

Particolarmente significativo è poi il fatto che viene inclusa nella carta così come nella discussione del documento quella parte del Volontariato che si occupa di promuovere la cultura e lo sport.

L'idea di allargare quanto più possibile la partecipazione attraverso un'opera di diffusione su tutto il suolo nazionale si sposa con l'intenzione dei promotori di non elaborare un documento vincolante, ma la cui funzione primaria era quella di far discutere il Volontariato al suo interno, lanciando messaggi significativi agli altri attori che interagiscono con i volontari e le organizzazioni di volontariato.

## INTERVENTO VIA WEB SULLA CARTA DEI VALORI DEL VOLONTARIATO

**Stefano Zamagni - Dipartimento di Scienze Economiche Università di Bologna (17/07/2001)**

**Il doppio significato della "gratuità"** La presenza delle iniziative FIVOL e Gruppo Abele, per una "Carta dei Valori del Volontariato", le a "Carta Etica del Volontariato Sociale", prodotta dalla Consulta Volontari presso il Ministero della Sanità che è stata trasmessa per l'esame all'Osservatorio da parte dell'ufficio "Volontariato" del Dipartimento Politiche Sociali, oltre che per i loro contenuti, peraltro non dissimili, mi hanno fatto sorgere una domanda: "Perché" si sono prodotte, e "perché in questi ultimi mesi". Provo a dire il mio parere. E' un discorso ricorrente e condiviso quello di una "evoluzione in atto" del volontariato; tutti constatiamo una frammentazione specifica e aumento numerico di associazioni cui non sempre (anzi !) corrisponde un aumento in generale del numero di volontari. Si parla di volontariato "dai capelli grigi", ed emergono due tendenze, in presenza di maggiori spazi che la legislazione più recente, riserva alle iniziative delle associazioni di volontariato riconosciute, finanziate dalle istituzioni. Prototipo è la legge 328 del dicembre 2000. Il terzo settore, di cui sempre si dice che il volontariato è parte "con la sua specificità", vede una prevalenza di "imprenditoria sociale" che si rapporta con le istituzioni, contestualmente al privato tout-court, che risponde alla logica del mercato; in questa triangolazione il volontariato appare, o è l'anello debole; qualcuno lo dice un corpo quasi estraneo, per le difficoltà a rispondere, ad esempio ai criteri dell'"accreditamento" doverosi per chi debba mettere in atto e gestire efficienti, attuali, "di qualità". Siamo in presenza di fondi a disposizione dei Centri di Servizio, previsti dalla 266, sul cui impiego e sulla sua entità si discute prima e dopo l'indirizzo alle "Fondazioni" dell'allora Ministro Visco. Si raccolgono firme per una "delega al governo" per una "disciplina uniforme delle organizzazioni no profit pur consentendo la specificità degli organismi di volontariato, promozione sociale, cooperative "che riempiono pagine di giornali e suscitano dibattiti". Qualche giorno fa, in una sede molto autorevole, l'Università Bocconi, si è sostenuto la necessità di stimolare, con incentivi fiscali, il mecenatismo da un lato e le associazioni nonprofit per gli investimenti a carattere sociale che si realizzano. E' vero che il volontariato ha sempre "fatto" per gli altri, e che anche quando sollecita mezzi economici, lo fa "per" avere maggiori possibilità di offrire servizi che rispondano a bisogni reali, ma qualche volta si è quasi "spaventati" di questa apparente prevalenza della valenza economica nel parlare di no profit in generale, e di volontariato in particolare. E allora, un ritorno ai "valori", "all'etica" di cui questi documenti sono portatori, il porre l'accento sulla "gratuità" del volontariato, intesa nel doppio significato di assenza di retribuzione per il singolo e di "assenza di finalità di lucro" per l'associazione, mi appare essere la ricerca di come conciliare valori-modernità-efficienza che sono, nella loro complessità, la sfida che investe tutti i settori della vita umana nei nostri tempi: anche nel tentativo di evitare una tentazione, che è "dietro l'angolo", per quanti vogliono andare, come opportunamente si intitolava il Convegno FIVOL di un anno fa, "oltre il dono". C'è una grande differenza tra le associazioni di volontariato "storiche" e "grandi", che di fatto sono invitate dalle istituzioni che le chiamano a collaborare e anche a sostituirle in parte dei servizi, e le piccole e nuove associazioni tra le quali si registra una impressione diffusa, che per ora è "distanza", ma anche rifiuto, della "ufficialità" (la non iscrizione ai registri di circa il 50% delle associazioni esistenti dice qualcosa); c'è, velata di "preoccupazione", una scelta di alcuni ad ritorno al privato-privatissimo, quasi che quella sia l'unica strada per conservare la "presenza ideale", visto che il volontariato si autodefinisce (o lo si ritiene sia anche dai mass-media) anche quello che volontariato "non è", che si accetta da molti la presentazione del binomio business-volontariato, o si possono coniare, senza discuterne più di tanto, termini nuovi come "semi-volontariato". Il privato-privatissimo, che poi significa anche privilegiare le singolarità con cui l'associazione nasce, conserva, forse anzi esalta, nel silenzio-nascondimento la carica ideale; ed è vero che il privilegio del valore va dato alla "testimonianza delle opere", ma il silenzio sul valore "volontariato" priva le persone e la collettività del "messaggio" sociale della solidarietà-partecipazione-democrazia di cui la realtà in cui viviamo (dove il profitto e l'utilizzazione economica sono ritenute il più alto valore che premia l'individuo) ha estremo bisogno. Per noi tutti, sono indispensabili dei "segni" che per loro natura sono visibili, e perciò mi preoccuperei dell'assenza di quello che ho chiamato "messaggio sociale". E' tanto in profondità il dibattito, che c'è chi pensa a un volontariato che si priva della donazione dei servizi in risposta ai bisogni che pure consente un immediato contatto con le realtà più deboli da assumere nella condivisione, e tende ad attribuire al volontariato, pressoché il compito esclusivo della "difesa dei diritti delle persone", con la necessità di trovare, di volta in volta alleanze culturali e politiche. Ho detto alcuni problemi che mi sembrano più evidenti per il volontariato, oggi, consapevole che non sono solo questi. Ben vengano dunque le "Carte", queste, e altre. Ma rinunciamo alla troppo lunghe argomentazioni e traduciamole in messaggi che possano essere recepiti, nella loro essenzialità, dalla varietà e dalla diversità dei volontari del nostro Paese. Non dimentichiamo che le diversità italiane sono accentuate in Europa; anzi, dobbiamo farle emergere, per dare modo al più gran numero di persone possibili, giovani e anziani, europei possibilmente di condividere il nostro invito a che il volontariato moderno ed efficace, non perda, ma anzi arricchisca, la sua motivazione etica.



### ***Punti di forza e punti di debolezza: prospettive***

In virtù del carattere estremamente aperto del processo di costruzione di questo documento, è difficile risalire oggi all'impatto che ebbe questo documento nelle associazioni e sui volontari. Si potrebbe pensare di misurare indirettamente il successo di questa iniziativa in base al numero di associazioni che effettivamente oggi formalmente aderiscono e richiamano la Carta dei valori. Questa operazione in realtà ha poco senso: nella provincia di Milano sono solo tre le associazioni che hanno sottoscritto la Carta. Altre, invece, come Auser (che già possiede una propria carta), presentano questo documento a tutti i volontari che partecipano ai corsi di formazione promossi dal CSV di Milano. Molti sono dunque i possibili canali di diffusione della Carta, senza che per questo sia prevista l'adesione ad essa in modo formale. Il suo punto di forza è proprio quello di non essere vincolante, senza per questo perdere la capacità di mettere sul tavolo argomenti che stanno a cuore al Volontariato coinvolgendo direttamente sia il terzo settore nel suo complesso che le istituzioni pubbliche.

Complessivamente la Carta è sintetizzabile come un tentativo del mondo del volontariato di distinguere e sottolineare i propri ruoli e principi, rivendicando una propria autonomia d'azione fondata sui valori qui espressi. Il documento, rivolgendosi però anche alle istituzioni pubbliche e al resto del Terzo settore, chiede implicitamente a questi ultimi di riconoscerne i contenuti. Questo lascia supporre che attraverso la Carta venga espressa una richiesta, legittimata dagli argomenti esposti e più volte richiamata nel documento, di riconoscibilità a livello politico del ruolo del volontariato. Ecco forse qui spiegata

la ragione del perché qualsiasi ente, organizzazione o istituzione che interagisce col Volontariato può richiamarla (ad esempio la provincia di Trento l'ha pubblicata sul suo sito internet) essendo documento non vincolante e rivolto a tutti coloro che vi sono citati. Se ciò fosse vero e se la Carta dei valori fosse accettata da tutti gli interlocutori a livello locale, questo documento rappresenterebbe il primo passo verso la costruzione di una piattaforma comune di discussione tra i vari attori su cui impostare percorsi di coprogettazione e in cui i ruoli del Volontariato sarebbero quelli unanimemente riconosciuti dalla Carta. In questo senso la Carta è stata presentata con lo slogan "un punto di arrivo per una nuova partenza".

Il carattere di proposta culturale che ha la Carta è leggibile dalla sua poca sistematicità metodologica nel definire valori, principi, impegni, diritti e doveri, come si è cercato di descrivere sopra: ogni punto del documento è un argomento trattato in modo diverso da quello successivo. Nella Carta non si rinuncia però a specificare nel dettaglio i contenuti di ogni proposizione di principio. È questo uno dei punti deboli del documento, che contraddice in parte la sua natura. Vuole essere rivolto a tutti, ma in base a questa sua forma espressiva rischia di rivolgersi solo al Volontariato, perdendo in parte le potenzialità implicite appena suggerite. In altre parole questo documento offre notevoli spunti di riflessione per una organizzazione e i suoi volontari, ma si presta poco ad essere discusso nei contenuti, rinunciando così ad un utilizzo molteplice dello strumento "carta" in sé e rischia di sollevare le organizzazioni dallo sforzo di dover riadattare al proprio contesto d'azione la carta, magari costruendo un documento di tipo diverso.