

di Clara Capponi

IL VOLONTARIATO

PALESTRA DI RELAZIONI

Come il resto del non profit, anche il volontariato cresce.

Diventa più capace di adattarsi ai bisogni del territorio e di diversificare le proprie fonti di finanziamento. E riesce a coinvolgere i giovani

Il volontariato in Italia gode di ottima salute ed è un volano per lo sviluppo, non solo sociale ma anche economico, del nostro Paese.

A dare la buona notizia è stato l'Istat, che lo scorso 16 aprile ha organizzato a Roma una giornata di approfondimento sui dati raccolti con il 9° Censimento delle Istituzioni non

profit. Fra le diverse sessioni di approfondimento del pomeriggio, il panel "L'azione volontaria nelle istituzioni non profit italiane" ha riguardato in modo specifico le associazioni di volontariato, con interventi di esperti e studiosi del settore.

I numeri, presentati da **Sabrina Stoppiello**, responsabile della rileva-



Secondo l'Istat i volontari in Italia sono più di 4.600.000

zione sulle istituzioni non profit, delineano una crescita notevole del volontariato, rispetto all'ultimo Censimento del 2001. Al 31 dicembre 2011 le istituzioni non profit con volontari attive in Italia erano 224mila (75% del totale) e potevano contare su 4.602.000 persone impegnate in attività di volontariato.

Di questi volontari, 1.809.000 sono donne (38%) mentre gli uomini rappresentano il 62% del totale (2.949.000 unità).

Le istituzioni non profit solidaristiche, ovvero orientate al benessere della collettività, sono la maggioranza (61%) e prevalgono nei settori della filantropia, della promozione del volontariato, cooperazione e solidarietà internazionale (+5,7% rispetto alla composizione nazionale), della sanità, dell'assistenza sociale e protezione civile.

Le istituzioni non profit mutualistiche (orientate ai bisogni dei propri soci) rappresentano invece il 39% e sono presenti in misura maggiore nel settore della cultura, sport e ricreazione, della tutela dei diritti, relazioni sin-

dacali e rappresentanza di interessi.

I giovani ci sono

Un ulteriore dato positivo di questo Censimento è che ha sfatato definitivamente il disimpegno dei giovani: 950mila volontari infatti hanno meno di 29 anni (pari al 20%, di cui il 4% con meno di 18 anni) a fronte di 703.602 volontari con più di 64 anni (14,8%). Poco più di 2milioni (43%) di volontari hanno invece tra i 30 e i 54 anni di età. Cultura, sport e am-





biente sono i settori che attraggono il maggior numero di giovani.

Il volontariato si conferma inoltre come una vera e propria “palestra per le relazioni”, come ha sottolineato nella sua analisi **Lucia Boccacin**, ordinario di Sociologia dei Processi Culturali dell'Università Cattolica di Milano: il 69% (168.960) delle istituzioni non profit coinvolgono almeno due diverse generazioni di volontari.

Le risorse e il ruolo

Altri dati interessanti provengono dall'analisi della dimensione economica: le risorse delle associazioni con volontari ammontano a circa 10.600.000 euro, pari al 17% delle entrate complessive del settore non profit.

Secondo quanto emerso dall'approfondimento di **Giovanni Bertin** dell'Università Ca' Foscari di Venezia, i dati del censimento hanno confermato la capacità del volontariato di diversificare le proprie fonti di finanziamento, creando un giusto mix tra pubblico e privato.

A livello locale inoltre il volontariato ha acquisito in questi ultimi anni una maggiore capacità di adattarsi ai bisogni del territorio, crescendo tuttavia più facilmente nei sistemi di welfare già avanzati. Una delle sfide per il

futuro - ha sottolineato Bertin - sarà quella di attribuire al volontariato un ruolo più attivo e strategico nei processi di sviluppo delle politiche sociali.

Gli strumenti di comunicazione

L'ultimo Censimento Istat ha inoltre focalizzato l'attenzione sugli strumenti di comunicazione utilizzati dalle istituzioni non profit.

Il 68% delle associazioni censite (205.792 unità) utilizzano almeno uno strumento di comunicazione, mentre il 73% ha dimestichezza con almeno un mezzo di comunicazione 2.0 come social network, blog, forum o chat.

Nell'intervento, che ha chiuso l'approfondimento del pomeriggio, **Andrea Volterrani** dell'Università di Tor Vergata ha evidenziato come gli strumenti di comunicazione 2.0 siano utilizzati di più dalle associazioni giovani e con un alto livello di partecipazione interna.

Fra i temi veicolati in modo innovativo cresce l'educazione alla cittadinanza, che avviene attraverso campagne di informazione e di sensibilizzazione; promozione d'interventi e proposte per nuove politiche pubbliche; corsi di educazione civica e di formazione per volontari. ●



di Renato Frisanco

Nel magma non profit

Impariamo a distinguere

**I dati statistici, a partire da quelli dell'Istat,
sono difficilmente interpretabili,
perché tengono insieme un universo troppo eterogeneo**

Va dato atto a Giovanni Moro di aver sollevato, nel suo libro *“Contro il non profit”* (Il Mulino, 2014), una questione cruciale, ovvero quello della sua definizione e quindi della sua interpretazione come fenomeno sociale alla luce dei dati statistici dei Censimenti Istat. Secondo Moro da questi emerge un “magma informe” e come tale incomprensibile, ingovernabile, non controllabile

e in gran parte avulso dall’«interesse generale», categoria che a suo parere dovrebbe connotarlo nella sua essenza e generalità.

La sociologia e la statistica

La sociologia ha bisogno di dare un nome alle cose, di comprenderle e di classificarle attraverso tassonomie. Interpretare la realtà significa scomporla in categorie analitiche

omogenee ed empiricamente verificabili. Capita di constatare, tuttavia, che se la sociologia crea per evidenziare fenomeni e distinguerli l'uno dall'altro, la statistica appiattisce, confonde, minimizzando le differenze. È il caso del non profit, termine che ha il merito di distinguere con certezza questo mondo dal *for profit* (mercato) e dallo Stato (natura giuridica pubblica). Di fatto la John Hopkins University, a cui viene fatta risalire "l'invenzione del non profit", ha evidenziato tutti gli enti che assommano alla natura giuridica privata il vincolo della non distribuzione degli utili. Tale classificazione è internazionale (INCPO: *International Classification of Non profit Organizations*) e assunta dagli istituti di statistica dei vari Paesi. Questo universo, costruito solo su due requisiti (autogoverno e libera scelta) paradossalmente, non si qualifica nemmeno per l'etichetta di "utilità sociale".

È evidente allora che ci confrontiamo con un "magma" e se ci si limita a descriverlo nel suo complesso si com-

pie una serie di generalizzazioni improprie, che non tengono conto dell'eterogenea articolazione delle organizzazioni della società civile, che è tale proprio perché risponde a bisogni-comportamenti differenziati dei cittadini nella società attuale e quindi a variegate funzioni e finalità: in campo sociale, sanitario, culturale, ambientale, ricreativo-sportivo, sindacale, religioso, partitico e corporativo. Moro opportunamente ci invita all'esercizio delle tre "D": differenziare, distinguere e dividere questo universo nei suoi segmenti identitari, nelle sue famiglie di appartenenza in linea con "cosa fanno", "come" e "perché" e non solo su base giuridico-normativa o semplicemente organizzativa.

L'interesse comune e l'interesse generale

Un primo spartiacque al riguardo è il **prevalere dell'«interesse comune» dei soci o dell'«interesse generale»**. L'offerta del non profit consiste in una variegata realizzazione di beni o servizi: quelli più con-

1





venienti o efficienti-efficaci rispetto a quelli forniti da erogatori pubblici o for-profit oppure più appetibili per l'impostazione culturale o ideologica (offerta di istruzione o di servizi sanitari di tipo privato), la messa a disposizione di luoghi e spazi di socialità per interessi condivisi di gruppi di popolazione (dallo sport alle attività ludiche o ricreative), la partecipazione alle attività sindacali o politiche, la condivisione di una pratica di fede in gruppi religiosi, la tutela di diritti e l'auto mutuo aiuto, il servizio alle categorie più deboli o alle persone in stato di vulnerabilità e fragilità, la salvaguardia e valorizzazione dei beni comuni materiali (ambiente) e immateriali (legalità).

Possiamo dire che tutte queste entità, che rispondono a finalità diverse, sono tutte socialmente utili, mentre non tutte perseguono l'«interesse generale». È evidente infatti che i gruppi religiosi, politici, sindacali, sportivi, dell'associazionismo *tout court* perseguono primariamente l'«interesse comune»

degli associati, così come le università o le cliniche private rispondono all'opzione educativa o di cura dei loro «clienti». Una domanda del Censimento inserita per la prima volta proprio su suggerimento della Fondazione per la Cittadinanza attiva di Moro ha fatto emergere che, se la maggior parte delle organizzazioni censite (52,5%) si pone uno scopo di «utilità sociale» o di «socialità», il 47% di esse dichiara di promuovere e tutelare i diritti dei cittadini, di sostenere i soggetti più deboli e/o di farsi carico dei «beni comuni» a vantaggio di tutti. Si scende poi al 34% se si considerano le organizzazioni che svolgono una o più di queste tre missioni a esclusivo vantaggio di terzi o della comunità.

Il non profit e il terzo settore

Un **secondo discrimine** nell'universo *non profit* dipende da cosa ciascuna organizzazione rappresenta e da come si genera: possono essere espressione della partecipazione dei

2



cittadini, dei loro bisogni e della loro volontà di affrontarli in termini di cittadinanza attiva oppure organizzazioni che nascono dalle opportunità consentite da leggi che riconoscono agevolazioni fiscali e corsie preferenziali per operare nel sociale, in connessione con la “esternalizzazione” dei servizi un tempo gestiti dalle Amministrazioni pubbliche.

Non è allora forse il caso di differenziare tra non profit e Terzo settore, in ragione di una valenza che li distingue sul piano valoriale e quindi sostanziale? Non si tratta solo di una differenza lessicale, per cui Terzo settore dà meglio l'idea di un universo “altro”, mentre il termine non profit è limitativo in quanto accentua l'aspetto economico del settore. Tale differenza appare sostanziale, se attribuiamo al Terzo settore la caratteristica peculiare e distintiva di essere espressione e pratica di «democrazia partecipativa», oltre che di solidarietà. In tal caso comprenderebbe le realtà che nascono dalla partecipazione dei cittadini e che vengono gestite autonomamente, in modo democratico e, possibilmente, da tutti gli *stakeholder* coinvolti. In tal modo il Terzo settore è contrassegnato dall'esercizio reale dei tre principi costituzionali: **libertà di iniziativa** (principio di sussidiarietà che mutua anche la piena autonomia dell'organizzazione), **solidarietà** (le attività svolte perseguono l'«interesse generale») e **democrazia** (il valore della partecipazione, della cittadinanza attiva). Il *non profit* rappresenterebbe invece una categoria più vasta di soggetti, vincolati esclusi-

vamente alla natura privata e alla non distribuzione degli utili.

La trasparenza e la rendicontazione

Un **terzo elemento**, che permette di distinguere tra le varie componenti del *non profit*, è la dotazione o meno di **strumenti di trasparenza e quindi di rendicontazione sociale** del proprio operato. Si tratta di un requisito connesso al precedente, perché è evidente che dove vi è reale democrazia vi è maggiore controllo interno e migliore rendicontazione all'esterno dei risultati raggiunti. Oggi vi sono gli strumenti per operare in questa direzione con il «bilancio di missione» o il «bilancio sociale», previa loro certificazione con gli *stakeholder* di riferimento. In tal modo si può passare dalla «legittimazione formale» dei registri pubblici, incapaci di operare un vero controllo di merito, alla «legittimazione fattuale», che viene dalla riconoscibilità esterna del merito dell'organizzazione e che ne permette la sostenibilità stessa agevolandone la raccolta fondi.

Sulla base di queste categorie si potrebbero leggere meglio i risultati dei Censimenti per ora impostati solo su ciò che le istituzioni fanno, meramente descrittivi, poco utili a differenziare e quindi a capire le dinamiche del fenomeno. Altrimenti quando si parla di “azione dei volontari” (4,7 milioni) non si capisce quanto essa dipenda dai soci di bocciofile e società sportive o da persone che donano tempo e competenze agli altri o alla comunità con cui sono solidali. ●