

Il Sole
24 ORE

Terzo Settore

REGOLE E MANAGEMENT PER IL NON PROFIT

Riforma in arrivo
per le società cooperative

Basilea 2
per gli enti non profit

Agevolazioni alle Onlus
che fanno beneficenza

*l'***INSERTO**

Anziani soli: è allarme
soprattutto nel Nord

9

SETTEMBRE 2009



LE GIORNATE DI BERTINORO
PER L'ECONOMIA CIVILE
IX EDIZIONE

L'Economia Civile nella *società del rischio* 16-17 ottobre 2009



AICCON
CULTURA COOPERAZIONE | NONPROFIT

ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA

I Sessione

VENERDÌ 16 OTTOBRE 2009 - ORE 9,30 – 13,30

Economia Civile e società del rischio

Apertura dei Lavori:

FRANCO MARZOCCHI - Presidente AICCON

introduce e coordina:

GIULIO ECCHIA - Università di Bologna

Intervengono:

STEFANO ZAMAGNI - Università di Bologna

L'Economia Civile nella società del rischio

GUSTAVO ZAGREBELSKY* - Presidente Emerito della Corte Costituzionale

L'Economia Civile nel quadro del dettato Costituzionale: il ruolo e la funzione delineati

MAURO MAGATTI - Università Cattolica del Sacro Cuore, Milano

La Società del rischio: i fondamenti antropologici e le ricadute sociali

PIER LUIGI SACCO - Università IUAV di Venezia

La Società del rischio: scenari futuri e potenzialità

Ore 12:30 – 13:30

Economia Civile e Sviluppo: dimensioni e prospettive nella Società del Rischio

Presentazione rilevazione a cura del Centro Studi Unioncamere

GUIDO CASELLI - Direttore Centro Studi Unioncamere Emilia-Romagna

* in attesa di conferma

II Sessione

VENERDÌ 16 OTTOBRE 2009 - ORE 15,30 – 18,30

Società del rischio e nuovo Welfare: la prospettiva del Federalismo Fiscale

Intervengono:

• Relazioni

LUCA ANTONINI - Università di Padova - Vicepresidente Fondazione per la Sussidiarietà

L'impatto del Federalismo Fiscale sul Sistema di Welfare: universalità e sussidiarietà

ALESSANDRA STADERINI - Banca d'Italia - Servizio Studi di struttura economica e finanziaria
Compatibilità economiche del Federalismo Fiscale: sostenibilità ed impatto sulla finanza pubblica

• Ne discutono:

ROMANO COLOZZI* - Regione Lombardia - Assessore alle Risorse, Finanze e Rapporti Istituzionali

GIANNI SALVADORI - Regione Toscana - Assessore alle Politiche Sociali ed allo Sport

CLAUDIA FIASCHI - Presidente CGM - Confcooperative

PAOLA MENETTI - Presidente Legacoopsociali

Cena di benvenuto offerta dal Comune di Bertinoro

III Sessione

SABATO 17 OTTOBRE 2009 - ORE 9,30 – 12,30

L'Economia Civile nella prospettiva europea

Introduce e coordina:

STEFANO ZAMAGNI

Presidente Agenzia per le Onlus

Intervengono:

LEONARDO BECCHETTI

Università di Tor Vergata, Roma

CARLO BORZAGA

Presidente Euricse - Università di Trento

ANDREA OLIVERO

Portavoce Forum Terzo Settore

ALESSANDRO AZZI

Presidente Federazione Nazionale Banche di Credito Cooperativo

GIULIANO POLETTI

Presidente Legacoop

PATRIZIA TOIA

Parlamentare Europeo

E' stato inoltre invitato

il Ministro del Lavoro, della Salute e delle Politiche Sociali

Per iscrizioni: Segreteria AICCON - tel 0543.62327 - aiccon@poloforli.unibo.it

www.legiornatedibertinoro.it

Partner Ufficiali



In primo piano

LE REGOLE PER IL NON PROFIT

Riforma in arrivo per le società cooperative

**È la mutualità prevalente
a condizionare tutta la portata
dispositiva della riforma
sulla società cooperativa**

Pag. **11**

LE REGOLE PER IL NON PROFIT

Basilea 2 per gli enti non profit

**L'interesse alla riduzione
della rischiosità
del credito erogato
agli enti non profit**

Pag. **14**

LE REGOLE PER IL NON PROFIT

Agevolazioni alle Onlus che fanno beneficenza

**Le erogazioni, derivanti
dal Cinque per mille, agli enti
senza scopo di lucro
possono considerarsi beneficenza**

Pag. **21**

DOMANDE E RISPOSTE

Requisiti per il trasporto di persone disabili

**Regolamentazione
del trasporto delle persone
disabili e requisiti
per le Onlus**

Pag. **28**

LAVORO & SICUREZZA

Cooperativa-datore di lavoro e committente: responsabilità sulla sicurezza

**La Cassazione penale
si pronuncia sulla responsabilità
del datore di lavoro in una coop
in caso di morte di socio dipendente**

Pag. **51**

L'INSERTO

Anziani soli: è allarme soprattutto nel Nord

**L'emergenza anziani
privi di qualsiasi
forma di sostegno
pubblica e privata**

Pag. **1**

Sommario

LE REGOLE PER IL NON PROFIT

- 8** **Novità normative**
Novità legislative dalle Gazzette Ufficiali
- 11** **Società cooperative**
Riforma in arrivo per le società cooperative
Romano Mosconi
- 14** **Enti non profit**
Basilea 2 per gli enti non profit
Roberto Giacinti
- 19** **Novità interpretative**
Novità interpretative dai Ministeri e dalle Authority
- 21** **Cinque per mille**
Agevolazioni alle Onlus che fanno beneficenza
Cinzia De Stefanis
- 23** **Disabili**
Agevolazioni Iva su veicoli ed eredi
Luigi Corbella

Adempimenti

- 25** **Iscrizione al Rea per gli enti non profit che svolgono attività commerciale**
Sergio Ricci

DOMANDE E RISPOSTE

- 28** **Il quesito del mese**
Requisiti per il trasporto di persone disabili
Luigi Corbella
- 30** **Imposta di bollo**
Esente tasse la documentazione per ottenere la "carta acquisti"
Cinzia De Stefanis

IDEE E STRUMENTI

- 34** **Trust**
Il trust con funzione di pubblica utilità tra le Onlus
Vincenzo Bancone
- 39** **Finanziamenti**
La ricetta campana per risollevare le aree rurali: il turismo
Laura Bertozzi



Comunicazione

43 Il reclutamento dei volontari nel Terzo Settore

Stefano Martello e Sergio Zicari

Raccolta fondi

47 Le pubbliche relazioni per non profit e fundraising

Valerio Melandri

Lavoro & Sicurezza

51 Cooperativa-datore di lavoro e committente: responsabilità sulla sicurezza

Aldo Monea

55 Bilanci sociali & CSR

57 Fondazioni sotto la lente

62 Letture

64 Borsa Progetti Sociali

68 News

69 Indice degli argomenti



I Anziani soli: è allarme soprattutto nel Nord

Lucilla Vazza

V Così Cittadinanzattiva punta alla trasparenza nel rapporto con le imprese

Teresa Petrangolini

IX Giornate di Bertinoro: l'economia civile nella società del rischio

a cura di Aiccon

XII Disabilità acquisita, un progetto per l'inclusione

Matteo Faggioni e Alessandra Savio

XVI Occhi di riguardo per i terremotati in Abruzzo

Glauco Galante

XVII "Work-family balance": punto di partenza per la società di domani

Elisa Ajelli

XIX "Psicoradio": quando la cura è in modulazione di frequenza

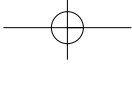
Lucilla Vazza

LE REGOLE PER IL NON PROFIT

***Tutte le novità normative
e interpretative***

IN EVIDENZA

Riforma in arrivo
per le società cooperative
Pag. 11



Novità legislative dalle Gazzette Ufficiali

In sintesi le principali novità legislative pubblicate nelle *Gazzette Ufficiali* italiana e delle Comunità europee.

SCUOLE PARITARIE

D.M. 18 marzo 2009

(G.U. 7 luglio 2009, n. 155)

Criteri e parametri per l'assegnazione dei contributi alle scuole paritarie per l'anno scolastico 2008/2009. (Decreto n. 34).

Il Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca ha definito i criteri e i parametri per l'assegnazione dei contributi alle scuole paritarie per l'anno scolastico 2008/09.

I contributi sono erogati al fine di sostenere la funzione pubblica svolta dalle scuole paritarie nell'ambito del sistema nazionale di istruzione.

Tali contributi sono destinati alle scuole dell'infanzia, primarie e secondarie di primo e secondo grado, in possesso del riconoscimento di parità nell'anno scolastico 2008/09. I contributi sono erogati in via prioritaria alle scuole paritarie che svolgono il servizio scolastico senza fini di lucro e che comunque non sono legate a società aventi fini di lucro o da queste controllate.

MINORI

Deliberazione 16 aprile 2009

(G.U. 20 luglio 2009, n. 166)

Approvazione del progetto per la redazione di un Libro Bianco sul rapporto tra media e minori. (Delibera n. 194/09/CONS).

L'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni ha deliberato che è stato approvato il progetto concernente uno studio interdisciplinare finalizzato alla redazione di un «Libro Bianco sul rapporto tra media e minori», allegato alla delibera stessa.

Ai fini della realizzazione dello studio interdisciplinare e della redazione del Libro Bianco l'Autorità può organizzarsi in gruppi di studio ed avvalersi di ulteriori competenze ed esperienze specialistiche del settore, necessarie alla realizzazione degli approfondimenti scientifici ritenuti necessari.

Possono essere altresì disposte audizioni di soggetti interessati ed esperti del settore, su richiesta di questi ultimi o dell'Autorità stessa.

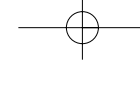
SICUREZZA SUL LAVORO

D.M. 26 maggio 2009

(G.U. 8 agosto 2009, n. 183)

Istituzione del Comitato per l'indirizzo e la valutazione delle

Con decreto del Ministro del Lavoro, della Salute e delle Politiche Sociali è stata definita la composizione e la durata del mandato del Comitato per l'indirizzo e la valutazione delle politiche attive e per il coordinamento nazionale delle attivi-



politiche attive e per il coordinamento nazionale delle attività di vigilanza in materia di salute e sicurezza sul lavoro.

tà di vigilanza in materia di salute e sicurezza sul lavoro, di cui all'art. 5, comma 1, D.Lgs. 9 aprile 2008, n. 81.

MISURE ANTICRISI

Legge 3 agosto 2009, n. 102

(G.U. 4 agosto 2009, n. 179 - Suppl. ord. n. 140)

Conversione in legge, con modificazioni, del decreto-legge 1° luglio 2009, n. 78, recante provvedimenti anticrisi, nonché proroga di termini e della partecipazione italiana a missioni internazionali.

È stato convertito in legge il decreto che contiene le norme finalizzate a fronteggiare la crisi, tra cui si evidenziano quelle per potenziare gli ammortizzatori sociali, la riduzione delle commissioni bancarie e del costo dell'energia per imprese e famiglie, la tempestività dei pagamenti da parte delle Pubbliche Amministrazioni.

SICUREZZA SUL LAVORO

D.Lgs. 3 agosto 2009, n. 106

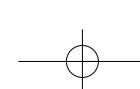
(G.U. 5 agosto 2009, n. 180 - Suppl. ord. n. 142)

Disposizioni integrative e correttive del decreto legislativo 9 aprile 2008, n. 81, in materia di tutela della salute e della sicurezza nei luoghi di lavoro.

Il 20 agosto 2009 è entrato in vigore il decreto correttivo del D.Lgs. n. 81/2009 in materia di tutela della salute e della sicurezza nei luoghi di lavoro. Il decreto legislativo consta di 149 articoli il cui obiettivo è di correggere i molti errori materiali e tecnici presenti nell'attuale disciplina e di superare le difficoltà operative, le criticità e le lacune evidenziate dai primi mesi di applicazione della nuova normativa.

Il principale scopo del D.Lgs. n. 106/2009 è quello di rendere maggiormente effettiva la tutela della salute e sicurezza sui luoghi di lavoro secondo le seguenti linee di azione:

- introduzione di un sistema di qualificazione delle imprese e dei lavoratori autonomi in settori a particolare rischio infortunistico in modo che in essi possano operare unicamente aziende o lavoratori autonomi rispettosi delle norme in materia di salute e sicurezza sul lavoro;
- superamento di un approccio meramente formalistico e burocratico al tema della salute e sicurezza nei luoghi di lavoro, per esempio, ribadendo la assoluta e inderogabile necessità per ogni impresa di valutare tutti i rischi per la salute e sicurezza dei propri lavoratori ma, al contempo, semplifica la procedura per dare prova della data del medesimo documento;



- rivisitazione del potere di sospensione dell'impresa, in modo da perfezionare tale importante procedura rendendo maggiormente certi sia i requisiti che ne legittimano l'adozione che i casi nei quali la sospensione possa essere imposta;
- integrale ricezione delle proposte avanzate in sede tecnica dalle parti sociali nell'ambito degli incontri, tenutisi nell'arco degli ultimi quattro mesi del 2008, presso il Ministero del Lavoro e finalizzati alla predisposizione di un "avviso comune" tra loro sulla salute e sicurezza in ambiente di lavoro;
- definizione di un corpo normativo coerente anche con la realtà e le caratteristiche delle piccole e medie imprese e con le peculiarità delle forme di lavoro atipico e temporaneo;
- valorizzazione del ruolo degli enti bilaterali quali strumenti di ausilio alle imprese e ai lavoratori per il corretto adempimento degli obblighi in materia di salute e sicurezza sul lavoro e per l'innalzamento dei livelli di tutela negli ambienti di lavoro;
- miglioramento della efficacia dell'apparato sanzionatorio, con l'obiettivo di assicurare una migliore corrispondenza tra infrazioni e sanzioni.

I PERCORSI OPERATIVI DI GUIDA AL DIRITTO

**GUIDA ALLE SOCIETÀ DI CAPITALI***A. Bianchi***Pagg. 324 – € 39,00****NOVITÀ**

Il prodotto è disponibile anche nelle librerie professionali.

Trova quella più vicina all'indirizzo www.librerie.ilsole24ore.com**GRUPPO 24 ORE**
La cultura dei fatti

Riforma in arrivo per le società cooperative

di Romano Mosconi*

La definitiva approvazione delle norme sulle società cooperative contenute nell'art. 10 del disegno di legge finalizzato a favorire lo sviluppo economico del Paese, permette di rilevare come non siano solamente le disposizioni su controlli più rigorosi ad assumere rilevanza, ma piuttosto è la mutualità prevalente a condizionare tutta la portata dispositiva della nuova norma sulla società cooperativa.

Le aree tematiche considerate dall'art. 10 delle "Disposizioni per lo sviluppo e l'internazionalizzazione delle imprese, nonché in materia di energia", relativo all'attuale riforma delle cooperative possono infatti sintetizzarsi essenzialmente nei titoli indicati di seguito.

- 1) L'Albo delle cooperative.
- 2) L'accertamento della sussistenza o meno della mutualità prevalente.
- 3) L'abrogazione parziale dell'obbligo alla redazione del bilancio straordinario da sottoporre a certificazione in caso di perdita della mutualità prevalente.
- 4) Nuove incombenze degli amministratori per la trasmissione dei dati di bilancio.
- 5) Alcune modificazioni nelle procedure e nei termini in tema di attività di vigilanza.

Si propone così un intervento legislativo che non è soltanto finalizzato ad innovare la disciplina codicistica, bensì si propone di definire in termini non controvertibili un accertamento della qualificazione di società cooperativa che escluda la possibilità per il soggetto mutualistico di sottrarsi alla sua individuazione e al conseguente sistema dei controlli che della individuazione sono il naturale complemento, anche in forza del dettato costituzionale. Venendo all'analisi delle disposizioni di modifica appena elencate, si deve rilevare come la modificazione dell'art. 2511 cod. civ., al cui testo viene aggiunta una nuova disposizione di particolare rilevanza, introduca un elemento del tutto nuovo nel contesto della qualificazione giuridica della società cooperativa. In base a tale integrazione di testo, alla iscrizione all'Albo delle cooperative *ex art. 2512 cod. civ.* viene attribuita una valenza di natura costitutiva, con la conseguenza che una cooperativa potrà considerarsi tale, non più a seguito della sua costituzione per atto pubblico, redatto in base alla prescrizione dell'art. 2521 cod. civ., bensì tale qualificazione si determinerà solamente a seguito della iscrizione al citato Albo, iscrizione che, come dispone il comma 2 dell'art. 10, si determina con modalità automatiche in conseguenza della iscrizione al Registro delle imprese.

La "comunicazione unica"

Si genera così finalmente quell'automatismo fra Albo delle cooperative e Registro delle imprese, che già era stato auspicato al momento dell'ap-

provazione del D.Lgs. 2 agosto 2002, n. 220. In base a tale automatismo, successivamente alla iscrizione della cooperativa nel Registro delle imprese presso la Camera di Commercio, non sarà più necessaria una ulteriore comunicazione al Ministero dello Sviluppo Economico. La presentazione della "comunicazione unica", da effettuarsi in sede di costituzione della società, ai sensi del D.L. 31 gennaio 2007, n. 7, art. 9, convertito con modificazioni, dalla legge 2 aprile 2007, n. 40, determinerà infatti automaticamente anche l'iscrizione nell'Albo delle cooperative. Diretta conseguenza di tale iscrizione automatica sarà che non potrà esservi più alcuna differenza fra il numero delle cooperative costituite e quello delle cooperative iscritte all'Albo, con l'ulteriore conseguenza che non vi potranno più essere cooperative sottratte alla vigilanza. Fin tanto però che non venga adottata una procedura di invio automatico, sarà compito del Registro delle imprese, trasmettere immediatamente all'Albo delle cooperative l'avvenuta comunicazione unica di costituzione. Medesima procedura verrà poi seguita, quando dovesse avvenire, avendo riguardo alla comunicazione della cancellazione o della trasformazione in altra forma societaria. In entrambi i casi di modificazione appena descritta, l'Ufficio dell'Albo provvederà anche alla conseguente cancellazione della cooperativa interessata a tali atti straordinari.

Semplificazioni riguardo alle modalità di comunicazione annuale

Definite in tal modo le nuove modalità di iscrizione all'Albo e la nuova valenza che questo viene ad assumere, è possibile considerare la serie delle semplificazioni che vengono ora introdotte avendo riguardo alle modalità di comunicazione annuale del rispetto dei parametri dettati dall'art. 2513 cod. civ. per il mantenimento della mutualità prevalente. Il comma 4 ed in particolare il comma 6, dell'art. 10 in commento sostituiscono infatti l'obbligo di deposito dei bilanci presso l'Albo e la dimostrazione dei parametri dell'art.

2513 cod. civ., con un meno impegnativo obbligo di «comunicazione annuale attraverso strumenti di comunicazione informatica delle notizie di bilancio». A fronte di tale semplificazione, la mancata comunicazione viene sanzionata in via amministrativa con la sospensione semestrale di ogni attività dell'ente, nel senso che a quest'ultimo viene fatto divieto di assumere nuove eventuali obbligazioni contrattuali. Una opportuna interpretazione della disposizione appena citata ci consente di affermare che comunque la cooperativa eventualmente sanzionata dovrebbe poter concludere le attività già iniziate, nel mentre la descritta nuova modalità di applicazione della sanzione dovrebbe lasciar intendere che anche tale provvedimento dovrebbe essere preceduto dalla diffida e, come indicato anche in seguito nella stessa norma di legge, solo a seguito del mancato adempimento a seguito di diffida, si dovrebbe procedere con la sanzione appena istituita. La disposizione infatti si inserisce coerentemente come una nuova sanzione di maggior peso nel quadro delle sanzioni previste dalla vigilanza e non anche si verrebbe a definire come una sanzione autonoma.

Adempimenti in caso di perdita di mutualità prevalente

Una ulteriore novità di particolare rilievo la si incontra poi all'interno del comma 8, che corregge e completa la previsione normativa dell'art. 2545-*octies* cod. civ.

Tale disposizione prevedeva che quando una cooperativa avesse perso la mutualità prevalente, avrebbe dovuto predisporre un bilancio "straordinario" da sottoporre a certificazione da parte di una società di revisione. Come è apparso chiaro fin da subito a tutti gli operatori del settore la predisposizione di tale bilancio veniva ad assumere una esplicita valenza solo nel caso in cui la cooperativa, a seguito del mutato regime mutualistico, avesse poi proceduto con una trasformazione in ente lucrativo, mentre al di fuori di tale ipotesi l'onere indicato veniva ad assumere solamente il significato di una esercita-

zione contabile molto costosa. Risolvendo positivamente la problematica, il nuovo testo di legge prevede che l'obbligo del bilancio straordinario soggetto a certificazione continuerà ad esistere solamente nel caso in cui la perdita della mutualità prevalente dovesse derivare dalla modificazione delle previsioni statutarie indicate dall'art. 2514 cod. civ. o nel caso in cui la cooperativa abbia emesso strumenti finanziari. Ne segue quindi che, nel caso in cui la mutualità prevalente venisse meno esclusivamente per il mancato rispetto dei parametri economici dettati dall'art. 2513 cod. civ., la cooperativa considerata non sarà più tenuta a predisporre alcun bilancio straordinario. Una conseguenza della abrogazione del precedente obbligo consiste nel fatto che i bilanci straordinari eventualmente già predisposti perderanno ogni rilevanza e non potranno svolgere alcun effetto sulle valutazioni già sviluppate nei bilanci correnti di esercizio ed in particolare avendo riguardo alla natura di indivisibilità delle riserve già accantonate.

Resta in capo alla cooperativa l'obbligo della comunicazione all'Albo della eventuale perdita della mutualità prevalente e dell'eventuale suo recupero. A fronte del succedersi di tali comunicazioni, l'ufficio per l'Albo delle cooperative provvederà all'attribuzione alla cooperativa della diversa sezione di competenza: a mutualità prevalente o di tipo diverso, senza che alla cooperativa competa alcun ulteriore onere istruttorio. La mancata comunicazione della perdita della mutualità prevalente prevede, oltre alla segnalazione alla Amministrazione finanziaria, la san-

zione amministrativa già ricordata della sospensione semestrale di ogni attività dell'ente, secondo l'interpretazione precedentemente illustrata.

Considerazioni conclusive

Per concludere occorre poi ricordare come le nuove disposizioni precisino che la vigilanza cooperativa è svolta esclusivamente per un interesse pubblico e che l'accertamento della mutualità in capo alle cooperative rappresenta una competenza esclusiva della vigilanza cooperativa istituzionalmente posta in capo al Ministero dello Sviluppo Economico. In tale quadro si pone anche la trasformazione *ex lege* dell'Istituto italiano di studi cooperativi Luigi Luzzatti in associazione riconosciuta avente personalità giuridica propria e con il Ministero dello Sviluppo Economico quale socio unico.

A conclusione della presente trattazione si impone una breve riflessione sulla modificazione introdotta al comma 2 dell'art. 1 del D.Lgs. 2 agosto 2002, n. 220. Si assiste infatti ad una possibile abdicazione di competenze dell'amministrazione vigilante sulla mutualità di fronte ad eventuali iniziative di vigilanza di altre amministrazioni, rispetto alle quali si ritiene che l'indicazione previgente fosse decisamente più significativa e di maggiore efficacia. L'indicazione attuale esprime infatti un'espressione di principio senza però che sul piano operativo se ne individui l'ambito operativo e i contenuti. ■

* *dottore commercialista*

I PERCORSI OPERATIVI DI GUIDA AL DIRITTO



OPPOSIZIONE ALLE CONTRAVVENZIONI AL CODICE STRADALE

di M. Tomba, D. Tomba

Pagg. 240 – € 24,00

Il prodotto è disponibile anche nelle librerie professionali.

Trova quella più vicina all'indirizzo www.librerie.ilsale24ore.com

GRUPPO 24 ORE
La cultura dei fatti

Basilea 2 per gli enti non profit

di Roberto Giacinti*

In Italia, circa il 6% del Pil è riferibile al Terzo Settore: una quota importante della ricchezza del Paese è ascrivibile ad enti, che come fine ultimo non hanno la realizzazione di un profitto e tuttavia operano in un contesto di mercato, hanno competitor agguerriti, si dedicano ad attività molteplici, erogando servizi, anche tramite l'esercizio imprenditoriale dell'attività, ma non hanno un'apposita previsione per quanto riguarda la determinazione del rating bancario.

La valutazione dei fidi consiste nell'apprezzamento della capacità di rimborso del richiedente il credito, capacità che viene generalmente misurata con l'attitudine dell'impresa a produrre redditi adeguati rispetto alle situazioni di rischio dei settori di appartenenza.

Ma questa impostazione non è consona agli enti del Terzo Settore per cui l'impossibilità di dimostrare la redditività necessaria per rimborsare il finanziamento, produce come diretta conseguenza anche il posizionamento dell'ente in una classe di rischio maggiore a cui il credito verrà erogato a tassi più alti.

A ciò si deve aggiungere la rigida regolamentazione prevista dagli accordi di Basilea 2 in ordi-

ne ai parametri che le banche devono seguire tra massa creditizia erogata e patrimonio vincolato a garanzia.

Ovviamente maggiori sono i rischi maggiore deve essere il patrimonio bancario tenuto a garanzia: ecco il duplice interesse per la riduzione della rischiosità del credito erogato agli enti non profit.

Basilea 2 definisce il vincolo di portafoglio delle banche

Il termine Basilea 2 identifica la nuova normativa sull'adeguatezza patrimoniale delle banche altrimenti detta dei requisiti patrimoniali⁽¹⁾.

La prima versione dell'accordo sui requisiti patrimoniali delle banche, (Basilea 1), risale al 1988 e prevedeva regole standardizzate e molto semplificate per la misurazione del rischio. L'obiettivo dell'Accordo Basilea 2 è garantire una maggiore solidità ed efficienza al sistema bancario attraverso la corretta quantificazione del rischio derivante dall'attività di intermediazione, che deve essere supportato dal capitale di vigilanza.

Il documento di Basilea 2 impone limiti all'erogazione del credito definendo la metodologia di calcolo del patrimonio delle banche da lasciare a garanzia dei prestiti erogati⁽²⁾.

Per far ciò gli istituti di credito dovranno classificare i propri clienti attribuendo loro un rating derivante dall'analisi di rischiosità riferita al rimborso del credito.

Dove Basilea 2 interviene (e pesantemente) è sulla fase intermedia e cioè sull'individuazione

del coefficiente di ponderazione in relazione alle caratteristiche del finanziamento che si sta valutando⁽³⁾.

Sono previste rigide metodologie per la quantificazione dei coefficienti di ponderazione, fermo restando che l'obiettivo primario rimane sempre quello di definire un numero (coefficiente di ponderazione) che, applicato all'importo del finanziamento, consenta di ottenere un ammontare sul quale calcolare la già nota percentuale dell'8%, per ottenere l'importo che la banca dovrà impegnare in caso di effettiva erogazione del finanziamento⁽⁴⁾.

Oggi la congiuntura sfavorevole penalizza le banche, le quali vedono il loro patrimonio maggiormente vincolato per effetto dell'aumentato rischio da parte dei beneficiari del credito.

Anzitutto i requisiti patrimoniali delle banche sono stati fatti dipendere in misura decisa dai rating: tale metodo di giudizio ha recentemente dimostrato di rispecchiare un criterio altamente prociclico, che aggrava la posizione della clientela già in difficoltà. Se infatti i requisiti patrimoniali dipendono dai rating, un'eventuale recessione, portando con sé tassi di insolvenza più elevati e peggioramenti dei rating più frequenti, conduce a un aumento del capitale minimo immobilizzato richiesto alle banche.

Quindi durante una recessione, per mantenere le proporzioni tra capitale e attività a rischio le banche finiscono per concedere meno credito all'economia.

Ciò espone le imprese ad ulteriori tensioni finanziarie, accentuando la congiuntura negativa.

La valutazione del merito creditizio ante Basilea 2

Il merito creditizio può essere definito come la capacità di rimborso ad un'obbligazione assunta, ovvero la capacità di rimborsare, alla scadenza pattuita, il credito concesso.

Tale valutazione si incentrava sulla stima della solidità patrimoniale e reddituale dell'azienda, aspetto quest'ultimo svincolato dalla realtà degli enti non profit comprese le cooperative.

Tale valutazione rappresentava la componente principale per l'accesso al credito bancario, poiché l'esito positivo dell'istruttoria condotta dalle banche dipende dalle capacità e dalle possibilità di queste ultime di valutare il grado d'affidabilità e rischiosità della controparte.

Nelle politiche di affidamento tradizionali, antecedenti l'Accordo Basilea 2, il merito creditizio era determinato in modo diretto e soggettivo dal valutatore della banca (spesso il direttore della filiale) sulla base, normalmente, di una relazione personale con l'ente.

Con tali metodi si privilegiava troppo la valutazione della rischiosità della singola operazione di prestito nei confronti di quella del soggetto prestatore, con la conseguenza di esprimere parere positivo solo in presenza di adeguate garanzie.

La valutazione del merito creditizio era, quindi, incentrata sulla individuazione della solidità patrimoniale e reddituale dell'ente ed in particolare sulla conoscenza personale, o sull'esistenza di un preesistente rapporto con l'istituto, derivante dall'appartenenza a un determinato gruppo di clienti della banca o ad associazioni di categoria. La conoscenza personale era ritenuta presupposto necessario per l'accensione della pratica, anche se la concessione dell'affidamento era comunque subordinata alla valutazione del merito tecnico e del merito creditizio.

La valutazione del merito creditizio post Basilea 2

Basilea 2 ha apportato notevoli cambiamenti influenzando profondamente il rapporto banca-impresa. L'analisi delle attuali modalità di concessione degli affidamenti si basa su tecniche formali di valutazione che si fondano sulle principali fonti di informazione a cui la banca può attingere e cioè: il bilancio, la centrale rischi, i sistemi di rilevamento interni, i sistemi informativi qualitativi non finanziari⁽⁵⁾.

Nell'ambito della valutazione del merito creditizio i dati di bilancio vengono impiegati per il calcolo di una serie di indicatori, che inseriti nei modelli di *scoring* restituiscono un punteggio attraverso il

quale assegnare un voto o classe di rating. La centrale rischi è un sistema di rilevazione e controllo diffuso a livello nazionale tra le banche e gli intermediari finanziari che erogano credito e fornisce informazioni sulle posizioni di rischio creditizio relative ai clienti affidati, alle garanzie da loro rilasciate ecc.

Ciò consente di conoscere se un ente presenta affidamenti presso un'unica banca ovvero più banche; il peso del credito utilizzato rispetto all'accordato; eventuali sconfinamenti.

I sistemi informativi qualitativi comprendono variabili di natura qualitativa relative all'impresa cliente, come la qualità del *management*, l'andamento del settore in cui opera, la qualità del bilancio, aspetti però che non prendono il risalto che meritano nelle imprese "non profit".

Le informazioni acquisite alimentano il processo bancario di valutazione del merito creditizio.

In particolare, per poter assegnare il cliente ad una determinata classe di rating, è necessario ponderare tutti i dati a disposizione attraverso un processo che consente di individuare la classe di rating e quindi la probabilità di insolvenza della controparte.

Dunque, il rating è una valutazione, un indice che tende a normalizzare cioè a rendere comparabili soggetti che tra di loro, senza un uniforme processo di valutazione della propria situazione, sarebbero difficilmente comparabili.

Tramite il rating si calcola la «probabilità di *default*» – ovvero la PD (*probability of default*) associata ad ogni classe di rischio, misurata negli anni passati, e si raccolgono nuove informazioni sulla capacità di generare reddito futuro da parte del beneficiario. Generalmente un rating è espresso in lettere (AAA, BB) o in lettere e numeri (A2, B1) o lettere maiuscole e minuscole contemporaneamente (Aaa).

Il rating per il non profit

Compreso nel termine non profit c'è di tutto: troviamo chi si occupa di cultura, di ambiente, di sport e tempo libero, di sociale, di investimenti ed elargizioni⁽⁶⁾.

In ragione di quanto finora esposto si ritiene quindi utile lo studio di sistemi di rating adatti agli enti non profit⁽⁷⁾.

Poiché la motivazione che ha portato alla costituzione ed allo sviluppo di un ente non profit è generalmente di tipo ideale⁽⁸⁾ la misurazione corretta della loro eccellenza dovrebbe risiedere nella assegnazione di un rating sociale, basato su indicatori di efficacia sociale dell'attività svolta, attraverso l'attivazione di grandezze che non possono essere solo parzialmente rappresentate dai numeri del bilancio.

Questo tipo di osservazione risulta perfettamente coerente con la Raccomandazione n. 10 del Consiglio nazionale dei dottori commercialisti su "Gli indici e gli indicatori di *performance* nelle aziende non profit impegnate nella raccolta fondi e destinatarie di contributi pubblici e privati".

In effetti l'accordo di Basilea ha imposto alle banche di rivedere l'insieme delle informazioni da richiedere alla propria clientela ai fini della formulazione delle valutazioni sul merito creditizio.

L'elemento che in tale processo di rivisitazione ha subito una forte evoluzione, è sicuramente la componente qualitativa.

L'esperienza degli istituti di credito si è sempre fondata sull'analisi di bilancio (quantitativa) e solo recentemente, i sistemi informativi delle banche si sono adeguati per raccogliere ed archiviare gli elementi qualitativi delle controparti; ad oggi tuttavia, non vi è ancora una completa standardizzazione dei fattori che influiscono sulla valutazione qualitativa.

L'obiettivo principale dell'informazione qualitativa è definire gli obiettivi dell'impresa e i mezzi che utilizza per raggiungerli, tenendo conto dell'andamento dell'economia in generale e del settore di riferimento.

Allo stato attuale, ogni istituto di credito ha una propria procedura, più o meno accurata, attraverso la quale sviluppa la valutazione qualitativa anche se non siamo ancora alla presenza di vere e proprie "Istruzioni per il trattamento delle informazioni di natura qualitativa", come richiesto da Bankitalia.

Dal punto di vista operativo il principale strumento che le banche utilizzano per la raccolta dei dati è il questionario qualitativo che peraltro risulta comunque rivolto all'impresa for profit.

Per l'analisi del Terzo Settore, occorre dare particolare risalto al piano delle attività corredato del bilancio di previsione ed alla corrispondenza del bilancio consuntivo con le linee di programmazione adottate.

Ricordiamo che gli enti non profit assumono spesso le loro entrate principali da trasferimenti pubblici a valere su progetti che vengono finanziati solo successivamente alla rendicontazione delle spese, ovvero solo successivamente all'avvenuto sostenimento delle stesse.

Occorre, poi, esaminare la storia dell'ente, i rapporti con gli enti finanziatori, la sostenibilità del progetto e la sua corrispondenza con i bisogni della comunità, la capacità di *fund raising*, il successo nei progetti finanziati dalla pubblica amministrazione, la percentuale di commesse da privati, la *governance* interna.

La valutazione bancaria con un sistema appropriato di rating può integrare i metodi tradizionali con elementi importanti per il non profit.

L'obiettivo di un ente non profit viene normalmente definito con il termine *outcome* e rappresenta l'incremento del livello di benessere degli utenti/fruitori che si ottiene con l'esercizio dell'attività tipica, tutto ciò in contrapposizione alle aziende commerciali dove l'obiettivo principale è la massimizzazione del profitto.

È necessario, pertanto, che gli enti non profit utilizzino indicatori e parametri extra-contabili per la misurazione della *performance* raggiunta.

Un confidi per il Terzo Settore

In alcune regioni si rinvencono iniziative rivolte alla costituzione di fondi di garanzia per ridurre la rischiosità del credito erogabile agli enti non profit⁽⁹⁾. Basilea 2 ha dato un diverso e più importante rilievo alle disposizioni di cui all'art. 13 del D.L. 30 settembre 2003, n. 269, convertito nella legge 24 novembre 2003, n. 326 che è finalizzata a promuovere l'associazionismo tra

piccole imprese con l'obiettivo di rafforzare il potere contrattuale degli associati attraverso la messa in comune di determinate strutture organizzative.

Il ruolo dei confidi nel nuovo contesto economico e normativo li vede svolgere l'attività tipica di garanzia collettiva dei fidi (art. 155, comma 4-ter, Tub). Tale attività è definita dall'art. 13, comma 1, D.L. n. 269/2003, convertito nella legge n. 326/2003, come «l'utilizzazione di risorse provenienti in tutto o in parte dalle imprese consorziate o socie per la prestazione mutualistica e imprenditoriale di garanzie volte a favorirne il finanziamento da parte delle banche e degli altri soggetti operanti nel settore finanziario».

Nel quadro prudenziale di Basilea 1 le garanzie dei confidi non avevano alcun valore al fine della riduzione del rischio di credito delle banche finanziatrici. In Basilea 2, invece, la garanzia personale ha l'effetto di trasferire il rating del garante a beneficio del soggetto garantito.

Per questo motivo i confidi avranno la possibilità di «mitigare» il rischio di credito come se fossero delle banche.

Considerazioni conclusive

L'acquisizione dei dati economici e patrimoniali relativi ai bilanci 2008 rispecchianti il rapido deteriorarsi dell'economia reale, comporterà un ulteriore peggioramento degli indicatori di solvibilità delle imprese italiane con un conseguente ridimensionamento del patrimonio vincolato delle banche. L'impatto negativo dell'analisi quantitativa potrà essere frenato tramite l'utilizzo delle informazioni qualitative rivolte a descrivere l'ambiente in cui l'ente opera e le prospettive di stabilità dello stesso tenendo conto dei finanziamenti di cui dispone.

Secondo la Banca d'Italia, Basilea 2 si è dimostrato prociclico, nel senso di aggravare gli effetti della crisi per quanto riguarda le banche⁽¹⁰⁾. L'esposizione al rischio tende, infatti, ad aumentare durante le contrazioni del ciclo e a diminuire nei periodi di espansione. L'Accordo non è tuttavia immune da imperfezioni, che alla luce

della crisi finanziaria, dovrebbero essere oggetto di ripensamento sia metodologico sia temporale. Qualsiasi sarà il nuovo assetto, l'impianto di Basilea 2 dovrà essere riformato e migliorato ma non stravolto, in quanto molti aspetti dell'Accordo sono validi e devono essere mantenuti.

Dovrà anche essere data esecuzione all'impostazione necessaria sia alle imprese "non profit" che agli istituti di credito per ridurre la rischiosità del credito accordato agli enti del Terzo Settore i quali, sicuramente, potranno provare tramite appositi indici qualitativi come il loro credito sia meno rischioso di altri. ■

* *commercialista*

[Note:]

1) Nel gennaio 2001 il Comitato di Basilea ha pubblicato il documento "The new basel capital accord" per definire la nuova regolamentazione in materia di requisiti patrimoniali delle banche. Dopo una lunga fase si è giunti ad un testo definitivo che è stato pubblicato il 26 giugno 2004 e l'applicazione è iniziata nel 2006, ma il 2007 è stato in effetti l'anno della definitiva attuazione dell'Accordo.

2) E. Facile, A. Giacomelli, *Basilea 2. Il nuovo processo del credito alle imprese*, Milano, 2008.

3) Basilea 2 definisce due distinti approcci per la quantificazione del coefficiente di ponderazione: standard e *internal rating based* (Irb). La scelta non è libera, tutti possono aderire all'approccio standard, ma solo quelli che hanno i requisiti possono evolvere verso gli approcci più sofisticati.

4) Gli elementi necessari per la definizione del coefficiente di ponderazione, con questo approccio, sono: PD (probabilità di default); LGD (tasso di perdita dell'operazione); EAD (ammontare stimato del finanziamento al momento del default); M (durata del finanziamento). Disponendo dei quattro valori sopra elencati, la banca può definire il coefficiente di ponderazione utilizzando le formule che il Comitato di Basilea mette a disposizione. Una formula determina la classe in cui il finanziamento è collocabile.

5) AA.VV., *La valutazione del rischio di credito in Basilea 2*, Commissione di studio UNGDCEC.

6) F. Tannini, «Osservazioni sul rating delle Organizzazioni non profit all'estero e in Italia», in *Enti non profit* n. 6/2008.

7) A. Liparata, «Anche gli enti non commerciali si preparano a Basilea 2», in *Terzo Settore* n. 2/2005.

8) S. Zamagni, Presidente dell'Agenzia per le Onlus definisce le Onp come Omi - Organizzazioni a motivazione ideale.

9) In Lombardia, nato dalla collaborazione tra il Coordinamento regionale dei servizi per il volontariato, il Comitato di gestione del fondo speciale per il volontariato Lombardia e Banca Prossima - l'istituto dedicato all'impresa sociale del Gruppo Intesa Sanpaolo - In.Volo prevede la costituzione di un fondo di garanzia sul quale Banca Prossima si impegna a offrire credito alle associazioni non profit lombarde. In Toscana, grazie al Centro servizi per il volontariato regionale, Cevot, e alla finanziaria regionale, Fidi Toscana Spa, l'apposito fondo di garanzia è nato nel 2003 e a dicembre 2008, a fronte di 115 richieste di finanziamento e più di 11 milioni di euro erogati, non si registrava un solo contenzioso.

10) Lo ha detto il governatore della Banca d'Italia Mario Draghi, intervenendo all'assemblea dell'Abi.

I FORMULARI DI GUIDA AL DIRITTO



PROCESSO CIVILE

A cura di C. Cecchella

Pagg. 1.120 + CD-Rom – € 85,00

Il prodotto è disponibile anche nelle librerie professionali.

Trova quella più vicina all'indirizzo www.librerie.ilsole24ore.com

GRUPPO 24ORE
La cultura dei fatti

Novità interpretative dai Ministeri e dalle Authority

In sintesi le principali novità interpretative emanate dai Ministeri e dalle Authority.

ONLUS

Ris. Ag. Entrate
27 luglio 2009, n. 192/E

Istanza di interpello. Art. 11 della legge 27 luglio 2000, n. 212. Art. 10 D.Lgs. 4 dicembre 1997, n. 460.

L'Agenzia delle Entrate si esprime nuovamente sul concetto di beneficenza, così come delineata dall'art. 30 D.L. n. 185/2008, precisando che la citata norma riconduce nell'ambito della beneficenza le Onlus che scelgono di erogare, in forma gratuita, somme di denaro a favore di enti senza scopo di lucro, che operano prevalentemente e direttamente in settori tra i quali, per esempio, l'assistenza sociale e socio-sanitaria, l'istruzione, la formazione, la tutela e la valorizzazione dell'ambiente, la tutela dei diritti civili e la ricerca scientifica per la realizzazione diretta di progetti di utilità sociale. Pertanto le Onlus, c.d. "erogative", possono operare usufruendo del relativo regime fiscale agevolato.

Per un approfondimento, cfr. il commento di Cinzia De Stefanis in questo numero a pag. 21.

EROGAZIONI LIBERALI

Ris. Ag. Entrate
3 agosto 2009, n. 199/E

Interpello. Art. 11, legge 27 luglio 2000, n. 212. Erogazioni liberali. Art. 46 della legge 20 maggio 1985, n. 222. Art. 10, comma 1, lett. i), del Tuir. Istituto centrale per il sostentamento del clero.

L'Agenzia delle Entrate esprime parere favorevole alla deducibilità dal reddito complessivo delle liberalità effettuate tramite carta di credito, a favore dell'Istituto centrale per il sostentamento del clero (ente non profit). Tale sistema di pagamento è in grado di assicurare tracciabilità ed effettività dei versamenti al fine dei controlli ed è pertanto applicabile anche in assenza di una specifica previsione normativa, in analogia al trattamento delle altre erogazioni liberali.

Per un approfondimento, cfr. il prossimo numero della rivista.

COOPERATIVE SOCIALI

Ris. Ag. Entrate
12 agosto 2009, n. 216/E

Consulenza giuridica. Art. 3, comma 1, della legge 18 febbraio 1999, n. 28. Utilizzo riserve indivisibili a copertura di perdite.

L'Agenzia delle Entrate chiarisce che nel caso di utilizzo delle riserve indivisibili per la copertura delle perdite alle cooperative è fatto divieto di distribuire gli utili fin quando dette riserve non vengono ricostituite in merito alla risposta ad un quesito formulato da una confederazione sul regime della riserva indivisibile delle cooperative.

Per un approfondimento, cfr. il prossimo numero della rivista.

PRESTAZIONI SOCIO-SANITARIE

Ris. Ag. Entrate
26 agosto 2009, n. 238/E

Consulenza giuridica. Iva. Art. 10, n. 27-ter) del D.P.R. 26 ottobre 1972, n. 633. Prestazioni socio-sanitarie e assistenziali rese a persone migranti, senza fissa dimora, richiedenti asilo.

L'Amministrazione finanziaria chiarisce che le prestazioni socio sanitarie a favore di migranti possono essere esentate dall'Iva. Tuttavia le condizioni di migrante, senza fissa dimora e richiedente asilo devono essere tutte contemporaneamente presenti per consentire l'applicabilità dell'esenzione alla prestazione, oltre al fatto che deve trattarsi esclusivamente di prestazione socio sanitaria, di assistenza domiciliare o ambulatoriale, in comunità e simili, rese da organismi di diritto pubblico, istituzioni sanitarie riconosciute che erogano assistenza pubblica, enti aventi finalità di assistenza sociale o infine da Onlus.

ADEMPIMENTI FISCALI

Agenzia delle Entrate
Provvedimento
2 settembre 2009

Approvazione del modello per la comunicazione dei dati rilevanti ai fini fiscali da parte degli enti associativi da presentare ai sensi dell'art. 30 del D.L. 29 novembre 2008, n. 185, convertito, con modificazioni, dalla legge 28 gennaio 2009, n. 2 (pubblicato il 3 marzo 2009 ai sensi dell'art. 1, comma 361, legge 24 dicembre 2007, n. 244).

È stato approvato, con provvedimento dell'Agenzia delle Entrate, il modello con le relative istruzioni per la comunicazione dei dati rilevanti ai fini fiscali da parte degli enti associativi da presentare *ex art. 30* del D.L. n. 185/2008.

Il modello deve essere presentato sia dagli enti già costituiti al 29 novembre 2008, data di entrata in vigore del D.L. n. 185/2008, sia da quelli costituitisi successivamente a tale data. In particolare, gli enti già esistenti alla data del 29 novembre 2008 devono presentare il modello entro il 30 ottobre 2009; gli enti, invece, che sono stati costituiti successivamente al 29 novembre 2008 devono presentare il modello entro sessanta giorni dalla data di costituzione, oppure entro il 30 ottobre 2009 se il periodo di sessanta giorni è scaduto prima di tale data.

Per un approfondimento, cfr. il prossimo numero della rivista.

Agevolazioni alle Onlus che fanno beneficenza

di Cinzia De Stefanis*

Le erogazioni, derivanti dalle quote del Cinque per mille, agli enti senza scopo di lucro possono configurare attività di beneficenza, permettendo di acquisire e/o mantenere la qualifica di Onlus e usufruire del relativo regime fiscale agevolato.

Con l'istanza di interpello oggetto della ris. Ag. Entrate 27 luglio 2009, n. 192/E un'associazione Onlus riferisce di avere quale scopo statutario la «solidarietà sociale e sociosanitaria e della beneficenza a favore di soggetti affetti da celiachia o da dermatite erpetiforme, secondo quanto previsto dall'art. 10 del D.Lgs. 460/97».

L'associazione istante riferisce, altresì, di aver fondato, nell'anno 2004, una fondazione Onlus, la quale, come risulta dallo statuto, «...non ha scopo di lucro e persegue esclusivamente finalità di solidarietà sociale, in particolare nei settori della beneficenza e della ricerca scientifica, con peculiare riferimento alla ricerca relativa alle patologie della celiachia e della dermatite erpetiforme.

La fondazione persegue e realizza il proprio scopo di ricerca direttamente ovvero attraverso enti di ricerca, Istituti o Università che abbiano tale finalità».

L'associazione istante chiede di conoscere se l'e-

rogazione a favore della menzionata fondazione Onlus di parte dei propri proventi, anche derivanti dalla quota del Cinque per mille destinata dai contribuenti a sostegno della stessa associazione, possa essere ricondotta nella nozione di beneficenza di cui all'art. 10 del D.Lgs. 4 dicembre 1997, n. 460.

Il punto sulla beneficenza indiretta

I tecnici delle entrate con la risoluzione n. 192/E si pronunciano sugli ambiti di operatività dell'attività di beneficenza indiretta diventata una caratteristica delle organizzazioni non governative.

Infatti con l'art. 30, comma 4, D.L. n. 185/2008 è stata infatti, codificata un'attività riconosciuta Onlus solo nella prassi amministrativa (si veda in tal senso la risoluzione n. 292/2002): e cioè la possibilità di effettuare beneficenza attraverso l'erogazione di parte dei proventi a favore di un altro soggetto.

L'art. 30, comma 4, D.L. 29 novembre 2008, n. 185, convertito, con modificazioni, dalla legge 28 gennaio 2009, n. 2, ha inserito nell'art. 10, del citato D.Lgs. n. 460/1997, dopo il comma 2, il comma 2-bis che qualifica e delimita l'attività di beneficenza, prevedendo che «si considera attività di beneficenza, ai sensi del comma 1, lettera a), n. 3 anche la concessione di erogazioni gratuite in denaro con l'utilizzo di somme provenienti dalla gestione patrimoniale o da dona-

zioni appositamente raccolte, a favore di enti senza scopo di lucro che operano prevalentemente nei settori di cui al comma 1, lettera a), per la realizzazione diretta di progetti di utilità sociale».

Pertanto in seguito alla modifica operata all'art. 10 D.Lgs. n. 460/1997 alle Onlus è ora possibile svolgere attività di beneficenza con due diverse modalità:

- gestione diretta, attraverso la concessione di erogazione gratuita in denaro o in natura a favore degli indigenti;
- donazione indiretta, attraverso un'attività di erogazione gratuita di somme di denaro a favore di altri enti.

I requisiti richiesti per la beneficenza indiretta

Nel caso di donazione indiretta sono previsti determinati requisiti che di seguito andremo ad analizzare.

Sul piano interpretativo, i tecnici delle entrate richiamano quanto già precisato nella circolare n. 12/E/2009.

Gli enti destinatari delle erogazioni gratuite di denaro devono:

- essere senza scopo di lucro;
- operare prevalentemente e direttamente nei settori di attività previsti dal medesimo art. 10, comma 1, lett. a), D.Lgs. n. 460/1997, e, quindi, nei settori dell'assistenza sociale e socio-sanitaria, dell'assistenza sanitaria, dell'istruzione, della formazione, dello sport dilettantistico, della tutela, promozione e valorizzazione delle cose d'interesse artistico e storico, della tutela e valorizzazione della natura e dell'ambiente, della promozione della cultura e dell'arte, della tutela dei diritti civili, della ricerca.

Sotto il profilo oggettivo, la circolare n. 12/E citata chiarisce che le erogazioni gratuite in denaro destinate a tali enti possono essere ricondotte nell'attività di beneficenza sempre che provengano dalla gestione patrimoniale o da donazioni appositamente raccolte e siano destinate

alla realizzazione diretta di progetti di utilità sociale.

Rispetto alla previsione dell'utilità sociale, la risoluzione ha precisato che gli enti beneficiari devono utilizzare "direttamente" le erogazioni ricevute per la realizzazione di progetti di utilità sociale: la disposizione normativa esclude che gli enti beneficiari delle erogazioni effettuate dalle Onlus "erogative" possano a loro volta attribuire le donazioni raccolte a favore di altri enti.

La specifica destinazione delle erogazioni a progetti di utilità sociale comporta, altresì, come precisa la circolare n. 12/E del 2009, «da una parte la necessità della tracciabilità della donazione attraverso strumenti bancari o postali che evidenzino la particolare causa del versamento e dall'altra l'esistenza non di un programma generico, ma di un progetto già definito nell'ambito del settore di attività dell'ente destinatario prima dell'effettuazione dell'erogazione. L'utilità sociale del progetto comporta che esso si connoti per la realizzazione di attività solidaristiche».

L'utilità sociale del progetto comporta che esso si debba connotare per la realizzazione di finalità solidaristiche dirette, a seconda del settore di appartenenza dell'ente (per esempio, istruzione, formazione ecc.), a particolari tipologie di soggetti o collettività svantaggiate, ovvero per la rilevanza artistica, scientifica o ambientale dell'intervento proposto (per esempio, tutela di beni di interesse artistico e storico, ricerca scientifica di particolare interesse sociale) a vantaggio della collettività diffusa.

La risoluzione conclude precisando che le somme derivanti dalla quota del Cinque per mille dell'Irpef, destinata dai contribuenti a finalità di interesse sociale, potranno essere erogate, ai sensi del citato art. 10, comma 2-bis, del D.Lgs. n. 460/1997, sempre che gli enti che beneficino delle erogazioni siano ricompresi tra i soggetti destinatari del Cinque per mille. ■

** consulente enti non profit*

Agevolazioni Iva su veicoli ed eredi

di Luigi Corbella*

L'Amministrazione affronta il tema abbastanza ricorrente nella prassi precedente delle agevolazioni fiscali che l'ordinamento riserva all'acquisto di autovetture da parte di persone diversamente abili.

L'Agenzia delle Entrate, con risoluzione 28 maggio 2009, n. 136, chiarisce un dubbio applicativo finora oggetto di diverse interpretazioni.

Basta ricordare per averne conferma, limitandoci alle più recenti, le risoluzioni n. 117 del 2005, n. 66 del 2006 e n. 4 del 2007.

Siffatta attenzione è frutto anche delle modifiche normative che si sono succedute sull'argomento. La più recente, oggetto dello specifico quesito posto all'attenzione dell'Agenzia delle Entrate in quest'ultima occasione, è recata dal comma 37 dell'art. 1 della legge 27 dicembre 2006, n. 296, la legge finanziaria per il 2007.

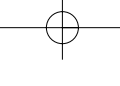
Tale richiamato provvedimento normativo ha posto, in chiave antielusiva, un vincolo temporale alle agevolazioni tributarie previste in materia d'Iva per l'acquisto degli autoveicoli utilizzati dalle persone portatrici di handicap, per usare il lessico del legislatore, ai sensi dell'art. 3 della legge 5 febbraio 1992, n. 104. Norma, quest'ultima, che individua come tale chi «... presenti una minorazione fisica, psichica o sensoriale, stabilizzata o progressiva, che è causa di difficoltà di apprendimento, di relazione o di integrazione lavorativa e tale da determinare un processo di svantaggio sociale o di emarginazione» (art. 3, comma 1). Qualora poi la minorazione, prosegue il testo

normativo, «... abbia ridotto l'autonomia personale, correlata all'età, in modo da rendere necessario un intervento assistenziale permanente, continuativo e globale nella sfera individuale o in quella di relazione, la situazione assume connotazione di gravità» (art. 3, comma 3).

Tornando alla norma antielusiva di cui stavamo dicendo, essa vuole che, in caso di rivendita o donazione delle autovetture per le quali l'acquirente ha usufruito delle agevolazioni prima di due anni dall'acquisto, sia dovuta all'Erario la differenza fra l'imposta ordinaria e quella pagata in via agevolata. Ipotesi che non si applica, per espressa previsione della stessa norma, qualora la persona disabile ceda prima di detto termine l'autovettura per acquistarne un'altra su cui realizzare nuovi e diversi adattamenti imposti dalla sua mutata condizione di disabilità.

Il senso della norma appena riassunta è chiaro. Per evitare tentazioni elusive il legislatore impone che la persona disabile che acquista un'autovettura con la riduzione dal 20 al 4% dell'aliquota Iva ne resti proprietaria per un determinato periodo minimo. E due anni, tutto sommato, non sono neppure un periodo così lungo. Soprattutto se si considera, come abbiamo ricordato poc'anzi, che non è dovuta all'Erario alcuna restituzione d'imposta qualora il cambio dell'auto sia giustificato da mutate condizioni della persona beneficiaria dell'agevolazione.

In sintesi, solo se la vendita o la cessione gratuita nel primo biennio dall'acquisto non sono giustificate dal bisogno assistenziale che la norma tutela, va restituita all'Erario l'Iva pagata in meno. Cioè il 16% sul valore imponibile originario dell'auto che ha scontato all'atto dell'acquisto



l'aliquota agevolata del 4%. Sulla base di questa logica era tutto sommato prevedibile la risposta che l'Amministrazione con la risoluzione dello scorso 28 maggio 2009, n. 136 al quesito dell'erede di una persona diversamente abile, divenuto tale, quanto all'autovettura, prima che scadesse il richiesto biennio dall'acquisto.

Il quesito posto all'Agenzia delle Entrate

L'erede istante precisa in realtà di essere divenuto proprietario dell'autovettura della madre disabile, ad essa adattata, per la morte di quest'ultima e di intendere venderla prima che scadano i due anni dall'acquisto. Il quesito è cioè rivolto alla successiva rivendita dell'auto da parte dell'erede e non già al precedente trasferimento della proprietà che, prelieve le formalità necessarie (presentazione della denuncia di successione e iscrizione al Pra), si è realizzato all'apertura della successione, cioè alla data della morte della compianta madre.

Chiede in particolare l'erede se, nell'ipotesi della vendita che egli intende porre in essere prima della scadenza del biennio, debba essere riversata all'Erario l'Iva non pagata all'atto dell'acquisto. Nel rappresentare, com'è dovuto, la propria soluzione interpretativa egli ritiene peraltro di non essere soggetto a tale obbligo, non sussistendo nel caso specifico l'intento elusivo che la norma vuole colpire.

Il parere dell'Amministrazione finanziaria

L'Amministrazione, dopo aver ricordato come abbiamo fatto noi la lettera della norma e messo in evidenza il suo tratto antielusivo, fa coincidere con il passaggio per successione il primo trasferimento della proprietà che avrebbe potuto rilevare ai fini della sua applicazione. Primo trasferimento che, stante il tenore del quesito, è avvenuto senz'altro anch'esso prima del decorso del biennio. Abbiamo usato il condizionale, potrebbe, perché è evidente che il trasferimento della proprietà per

successione manca dell'atto necessario di volontà che sarebbe necessario per accertare l'elusione.

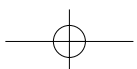
L'elusione si può cioè verificare soltanto, lo dice anche l'Agenzia, se è in qualche modo sottesa all'acquisto sin dal momento in cui esso ha luogo. L'ipotesi, speriamo meno frequente nella realtà di quanto l'Amministrazione forse teme, si configura sostanzialmente se l'acquisto agevolato è preordinato alla successiva rivendita dell'auto ad un soggetto che non ne è meritevole.

In termini di buon senso, osserviamo noi, potrebbe essere poco probabile l'ipotesi che una autovettura specificatamente adattata all'uso di una persona diversamente abile sia appetibile per una persona normodotata. Ovvero che potrebbe essere comunque oneroso, e dunque poco conveniente, il suo ripristino, soprattutto per le modifiche meccaniche più rilevanti.

Aldilà di questo ragionamento di buon senso è evidente che la compianta madre dell'erede che formula il quesito non può certamente aver avuto un intento elusivo nel mancare all'affetto dei suoi cari. Ma su questo, per fortuna, non ha dubbi neppure l'Agenzia delle Entrate. Analogamente, lo afferma testualmente anche la risoluzione che stiamo commentando, neppure la successiva rivendita del veicolo da parte dell'erede, anche qualora intervenga entro due anni dall'acquisto da parte del *de cuius*, non è riconducibile nell'ambito d'applicazione della norma antielusiva, semplicemente perché la rivendita è effettuata da un soggetto diverso dall'acquirente.

Concludiamo ricordando che, in attuazione della legge quadro n. 104/1992 e delle loro specifiche funzioni assistenziali, alcune Regioni aggiungono agli incentivi fiscali specifici contributi per agevolare il trasporto delle persone disabili, anche quello pubblico. La L.R. Piemonte 23 maggio 2008, n. 12, per esempio, modificando la L.R. n. 3/2000, ha recentemente previsto contributi per incentivare l'acquisto di autovetture attrezzate alla mobilità delle persone disabili, sia nella forma del servizio taxi con autovettura che del noleggio con conducente. ■

** dottore commercialista*



Iscrizione al Rea per gli enti non profit che svolgono attività commerciale

di Sergio Ricci*

Una delle disposizioni dell'ultima annualità del Ministero dello Sviluppo Economico ha riportato all'attenzione degli enti non profit le relazioni tra gli enti svolgenti attività di natura commerciale e i registri della Camera di Commercio.

L'esamina del parere 4 novembre 2008, n. 42320 ci permette di fornire un interessante promemoria per gli enti che svolgono attività di natura economica in via residuale all'interno di enti non profit.

L'idea dell'associazione promotrice del quesito era quella di promuovere una struttura culturale museale esistente attraverso la gestione di un'attività di *bookshop* nonché di alcune attività commerciali collaterali.

Il Ministero dello Sviluppo Economico (nella fattispecie il Dipartimento per la regolazione del mercato) ha confermato con parere 4 novembre 2008, n. 42320 che tale obbligo spetta non solo a chi svolge in misura esclusiva o principale un'attività di natura economica (mediante però l'iscrizione nel Registro delle imprese), ma che l'iscrizione al Rea (Repertorio delle notizie economiche e amministrative) spetta anche agli enti che svolgono marginalmente attività di natura economica, anche in via sussidiaria ed ausiliaria rispetto all'attività principale di natura istituzionale.

Il Rea per gli enti non profit

Il parere sopra espresso ci permette di ricordare gli adempimenti delle associazioni ed in generale degli enti non profit presso il Rea. Presso l'Ufficio del Registro delle imprese della Camera di Commercio (che quindi non è da confondere con il Registro delle imprese tenuto sempre presso la Camera di Commercio) è attivo il Rea che è il Repertorio delle notizie economiche e amministrative avente lo scopo di arricchire le informazioni sul tessuto imprenditoriale territoriale di ogni singola provincia.

Il Rea è definibile e qualificabile come una anagrafe di tutti gli operatori economici, contenente tutte le notizie economiche ed amministrative per le quali è prevista la denuncia alla Camera di Commercio. È quindi un contenitore di informazioni residuali rispetto a quelle previste nella sezione ordinaria e nelle sezioni speciali del Registro delle imprese, tipiche ed obbligatorie per le società commerciali (comprese le cooperative anche sociali). Devono essere comprese nel Rea notizie su: enti morali, associazioni, fondazioni, organizzazioni che svolgono attività economica anche se non in maniera prevalente e comunque in via strumentale ed accessoria rispetto all'attività istituzionale esercitata da tali enti in via principale. La circolare ministeriale 9 gennaio 1997, n. 3407/C ha sancito che sono iscrivibili nel Rea «tutte quelle forme di esercizio collettivo di attività economiche di natura commerciale e/o agricola che si collocano in una dimensione di sussidiarietà, di ausiliarità rispetto all'oggetto principale di natura ideale, culturale, ricreativa ecc. del sog-

getto stesso». Le associazioni o gli altri enti non profit (compresi quelli religiosi) svolgenti un'attività economica sono tenuti oltre che all'iscrizione iniziale anche alla presentazione delle modifiche dei dati contenuti al Rea della locale Camera di Commercio competente per territorio. Come per l'iscrizione e per ogni modifica, presupposto è l'effettivo esercizio dell'attività economica in via residuale, per la cancellazione presupposto è l'effettiva cessazione dell'attività economica da parte del soggetto, indipendentemente dal fatto che il soggetto cessi completamente la propria attività, anche quella istituzionale non economica ovvero la propria esistenza giuridica. Un aspetto controverso che forse ha originato la scarsa informazione in merito a tale adempimento del Rea anche per gli enti non profit è relativo al tema delle sanzioni connesse al mancato svolgimento dell'adempimento stesso. Infatti la legge 2 dicembre 2005, n. 248 ha richiamato la definizione di un apposito regolamento che contempli la fissazione di una disciplina di sanzioni amministrative fissate tra un minimo di 50 euro ed un massimo di 500 euro per il ritardo o l'omissione delle domande relative al Rea in base a criteri di proporzionalità, tassatività e trasparenza. Ricordiamo inoltre, a scanso di equivoci, che nel caso in cui associazioni, fondazioni ed enti non profit di qualunque natura esercitino in via esclusiva o principale attività economiche e commerciali (e quindi non in via complementare e sussidiaria) sono tenuti all'iscrizione nel Registro delle imprese alla stessa stregua delle società commerciali.

I soggetti legittimati a chiedere l'iscrizione al Rea

Su tale aspetto, ai fini del completamento del discorso sulle novità del Rea rispetto agli enti non profit, è utile richiamare in questa sede un altro recente intervento del Ministero dello Sviluppo Economico, la circolare 20 luglio 2007, n. 3611/C prot. n. 7477 a dimostrazione di come il tema cominci ad essere sentito ed affrontato con frequenza dalle Amministrazioni Pubbliche di competenza. Tale circolare è intervenuta, in mancan-

za di un quadro organico sul tema Rea per gli enti non profit su tre principali aree di intervento:

- la tipologia delle notizie ascrivibili al Rea;
- le modalità d'aggiornamento dei dati raccolti anche d'ufficio;
- i soggetti legittimati alla presentazione delle denunce presso il Rea.

In merito al primo punto, il Ministero ha puntualizzato che ai fini della selezione delle notizie iscrivibili nel Rea è necessario individuare un preciso criterio di "tipicità" delle notizie denunciabili; infatti con il richiamo alla sopra citata legge n. 248/2005 viene confermata la necessità dell'elaborazione di un regolamento che dia certezza ed uniformità all'operato delle Camere di Commercio in questo ambito su tutto il territorio nazionale. Relativamente al secondo punto, si è evidenziata la necessità di acquisire ed utilizzare tutte le notizie di carattere economico ed amministrativo anche nel caso dette informazioni siano acquisite d'ufficio. In merito all'ultimo punto il Ministero ha fornito importanti chiarimenti sui quali siano i soggetti legittimati a presentare le denunce al Rea con particolare riferimento al ruolo dei consulenti come individuato nell'art. 31, comma 2-*quinquies* della legge n. 340/2000 che autorizza detti consulenti, muniti di firma digitale ed incaricati dai legali rappresentanti a richiedere la registrazione degli atti societari presso il Registro delle imprese. Il Ministero dello Sviluppo Economico, esplicitando che tale disciplina (di possibile delega di consulenza per le trasmissioni telematiche in Camera di Commercio) è fissata esclusivamente per il Registro delle imprese, conferma che le denunce al Rea di qualunque natura (sia iniziali che successive) possono essere accettate solo se sottoscritte direttamente dal legale rappresentante e per quanto attiene la trasmissione delle stesse al Rea, esclude la disciplina di cui all'art. 38, comma 3, D.P.R. n. 445/2000, limitandola quindi alle sole pratiche del Registro delle imprese, con esclusione quindi delle pratiche Rea, ivi comprese, di conseguenza, quelle effettuate da associazioni svolgenti in forma non prevalente attività commerciale. ■

** consulente enti non profit*

DOMANDE E RISPOSTE

*La soluzione ai quesiti
proposti dai lettori*

Le risposte ai quesiti dei lettori

IL QUESITO DEL MESE

Requisiti per il trasporto di persone disabili

[?] Una Onlus che si occupa prevalentemente di assistenza socio sanitaria a disabili e minori, risulta registrata alla locale CCIAA anche per «l'effettuazione di servizi di trasporto andata e ritorno dalle loro abitazioni a centri di assistenza diurni, strutture riabilitative e socio-sanitarie» di persone disabili o non autosufficienti.

L'effettuazione di servizi di trasporto di disabili con pulmini di proprietà per un massimo di 9 posti a sedere (compreso autista ed eventuale accompagnatore) a seguito di formale conferimento dell'incarico da parte dell'ente locale sovra comunale mediante gara pubblica o patto di accreditamento o voucherizzazione, comporta quali obblighi:

- attribuzione Iva (se sì, di quale aliquota percentuale?)**
- necessità per l'autista di Cap oltre alla normale patente di guida?**
- eventuale licenza di trasporto pubblico?**

Si chiede, inoltre, se tali requisiti debbano essere posseduti anche se non specificati formalmente in bandi di gare o formali lettere di incarico.

Il trasporto delle persone disabili è regolamentato a livello nazionale dalla legge 5 gennaio 1992, n. 21, che titola "Legge quadro per il trasporto di persone mediante autoservizi pubblici non di linea" (*G.U.* 23 gennaio 1992, n. 18).

Tale provvedimento normativo, in sintesi, è così strutturato. Viene anzitutto data la definizione degli "autoservizi pubblici non di linea".

Sono tali gli autoservizi che provvedono al trasporto collettivo od individuale di persone, con funzione complementare e integrativa rispetto ai trasporti pubblici di linea, e che vengono effettuati, a richiesta dei trasportati, in modo non continuativo o periodico, su itinerari e secondo orari stabiliti di volta in volta.

Costituiscono autoservizi pubblici non di linea:

- a) il servizio di taxi con autovettura;
- b) il servizio di noleggio con conducente e autovettura.

Il servizio di taxi ha lo scopo di soddisfare le esigenze del trasporto individuale o di piccoli gruppi di persone e si rivolge ad una utenza indifferenziata; lo stazionamento avviene in luogo pubblico e le tariffe sono determinate amministrativamente dagli organi competenti, che stabiliscono anche le modalità del servizio. Il servizio di noleggio con conducente si rivolge invece all'utenza specifica che avanza, presso la sede del vettore, apposita richiesta per una determinata prestazione a tempo e/o viaggio.

Le Regioni esercitano le loro competenze in materia di trasporto di persone mediante autoservizi pubblici non di linea ai sensi del D.P.R. 24 luglio 1977 nel rispetto dei principi dettati dalla legge quadro che, sempre in sintesi, sono tese a garantire a questi servizi razionalità ed efficienza nel ri-

spetto delle competenze dei Comuni, delle esigenze dell'utenza e della programmazione territoriale.

Per garantire questi obiettivi presso le Regioni ed i Comuni sono costituite commissioni consultive nell'ambito delle quali è, o dovrebbe essere, riconosciuto un ruolo adeguato ai rappresentanti delle organizzazioni di categoria maggiormente rappresentative a livello nazionale ed alle associazioni degli utenti.

Presso le Camere di Commercio è poi istituito un apposito ruolo al quale devono iscriversi i conducenti dei veicoli adibiti ad autoservizi pubblici non di linea.

Il requisito essenziale per l'iscrizione è il possesso del certificato di abilitazione professionale previsto dai commi 8 e 9 dell'art. 80 del Testo unico delle norme sulla disciplina della circolazione stradale (D.P.R. 15 giugno 1959, n. 393, e successive modificazioni ed integrazioni).

In linea di principio si presume che i titolari dell'autorizzazione all'esercizio di questi servizi operino come imprenditori.

L'art. 14 della legge quadro, che titola "Disposizioni particolari", prevede da ultimo che i servizi di trasporto non di linea siano accessibili a tutti i soggetti portatori di handicap ed invita i Comuni, nell'ambito dei regolamenti di loro competenza, a dettare norme per stabilire specifiche condizioni di

servizio per il trasporto di queste persone.

Da questo dato normativo di partenza si è sviluppata una regolamentazione locale tutto sommato abbastanza omogenea. In linea di principio sono definiti servizi di trasporto per disabili quelli effettuati, di norma su prenotazione, con autoveicoli attrezzati o comunque adeguati alle necessità di persone invalide, anche temporaneamente. Definizione, quest'ultima, che com'è noto richiama una pluralità di situazioni di disabilità.

Più articolata, forse è un eufemismo, è stata invece la prassi che ha caratterizzato l'affidamento in convenzione di questi servizi.

Lo sviluppo del fenomeno dell'associazionismo di solidarietà, del Terzo Settore in generale e la fioritura di forme di imprenditoria sociale, attraverso cooperative sociali soprattutto, ha infatti mischiato un po' le carte rispetto allo schema culturale originario nel quale è nata la norma quadro.

L'esercizio di attività con finalità non profit, è arcinoto, non esclude infatti che esse debbano essere esercitate secondo le regole, anche quelle di natura fiscale che, eventualmente, attribuiscono ad esse rilevanza commerciale.

L'assenza di finalità lucrative ed il perseguimento di finalità sociali non garantisce cioè particolari immunità, se non nei limiti specificati dalle molte, e non sempre coordinate, speci-

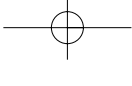
fiche norme di settore. Fatta questa lunga premessa proviamo a rispondere al lettore che formula il quesito.

L'attribuzione del numero di partita Iva è molto probabilmente necessaria, soprattutto se l'attività di trasporto dei disabili costituisce una autonoma attività rispetto alle altre attività assistenziali eventualmente esercitate e se per essa è previsto uno specifico corrispettivo. Ricordiamo al riguardo che spesso per questi servizi è prevista una compartecipazione alla spesa degli utenti.

L'amministrazione finanziaria si era pronunciata qualche anno fa sull'argomento con la risoluzione 12 febbraio 1999, n. 26. Il tema era proprio quello della rilevanza Iva delle prestazioni di trasporto delle persone disabili e dell'applicabilità della specifica ipotesi di esenzione sancita dal n. 14 dell'art. 10 D.P.R. n. 633/1972.

Disse nell'occasione l'Agenzia che l'esenzione spetta soltanto per le prestazioni effettuate da veicoli abilitati, o da operatori autorizzati diremmo noi in modo coerente con la legge quadro del 1992.

Il che sta a significare che la prestazione in questione, se è stabile e da luogo a relazioni corrispettive anche indirette, se non è svolta da un soggetto autorizzato non solo è rilevante ai fini Iva (richiede cioè l'attribuzione del numero di partita Iva con tutte le conseguenze del caso in termini di adem-



pimenti), ma forse è anche im-
ponibile.

Per quanto riguarda l'autista è
probabilmente sufficiente il
Cap, salvo che per la tipologia
e le dimensioni del mezzo uti-
lizzato non occorranzo patenti
di categoria superiore alla B.

Sulla questione della licenza, o
dell'autorizzazione, abbiamo
già detto.

Ai fini fiscali potrebbe essere
utile, il lettore riferisce di
averla, a far valere il regime
di esenzione stabilito dal n.
14 dell'art. 10 della legge Iva
che abbiamo già richiamato.

A nostro parere potrebbe es-
sere comunque necessaria,
stante il carattere pubblico

dell'attività svolta. Escludiamo
cioè il caso che il trasporto
sia effettuato per gli sposta-
menti della propria utenza,
per esempio da una struttura
residenziale per disabili ad un
altro luogo di cura o di socia-
lizzazione.

La questione dei bandi e delle
formalità convenzionali è la
più complessa da affrontare.

Presso gli enti pubblici si è tal-
volta diffusa la convinzione
che nei rapporti con gli enti
del Terzo Settore, in ragione
dei loro meriti sociali, possano
essere derogate molte cose.

A noi pare che le deroghe nel
sistema amministrativo e nor-
mativo debbano invece trovare

uno specifico ed adeguato cor-
rispondente normativo, quan-
tomeno a livello locale, che
regga di fronte all'ordinamento
generale. Intendiamo dire che
le deroghe devono essere pre-
viste a qualche livello normati-
vo attraverso atti che possano
reggere di fronte a chi dovesse
impugnarli, o comunque con-
testarli, in forza di un interesse
legittimo. A nostro parere si
tratta di una tutela in più per il
Terzo Settore che oltre a voler-
si riconosciuto meritevole in
un momento di maggiore ma-
turezza come questo desidera
certamente anche essere tute-
lato come tale.

(Luigi Corbella)

IMPOSTA DI BOLLO

Esente tasse la documentazione per ottenere la "carta acquisti"

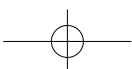
? *Un'associazione di volontariato si occupa di dare sostegno a persone in gravi condizioni di salute ma anche economiche. Si chiede di conoscere il trattamento tributario, ai fini dell'applicazione dell'imposta di bollo, da applicare alla documentazione presentata ad alcune amministrazioni, finalizzata ad attestare il possesso dei requisiti di legge, tra cui quello inerente la situazione economica del nucleo familiare per ottenere la carta acquisti. In particolare si domanda se la certificazione della composizione del nucleo familiare, necessaria per ottenere la "carta acquisti", possa essere rilasciata in esenzione dall'imposta di bollo.*

La "carta", concessa dallo Stato ai cittadini italia-
ni residenti che versano in condizione di maggior
disagio economico per l'acquisto di beni e servi-
zi di prima necessità, è stata introdotta dall'art. 81

D.L. 25 giugno 2008, n. 112, convertito, con mo-
dificazioni, dalla legge 6 agosto 2008, n. 133, al
comma 32 che stabilisce «In considerazione delle
straordinarie tensioni cui sono sottoposti i prezzi
dei generi alimentari e il costo delle bollette
energetiche, nonché il costo per la fornitura di
gas da privati, al fine di soccorrere le fasce de-
boli di popolazione in stato di particolare biso-
gno e su domanda di queste, è concessa ai resi-
denti di cittadinanza italiana che versano in con-
dizione di maggior disagio economico, indivi-
duati ai sensi del comma 33, una carta acquisti fi-
nalizzata all'acquisto di tali beni e servizi, con
onere a carico dello Stato ...».

Come si evince dalla richiamata disposizione
normativa la carta acquisti riveste evidenti finali-
tà assistenziali ed è riconducibile alla categoria
dei sussidi sociali in quanto finalizzata all'acqui-
sto di generi alimentari, alla fornitura di luce e di
gas, da parte di cittadini che versano in condi-
zioni di maggior disagio economico o sociale.

Per ottenerla, è necessario presentare un'istanza
corredata da documentazione idonea ad attesta-



re il possesso dei requisiti di legge, nonché il certificato relativo alla situazione economica del nucleo familiare.

Con la risoluzione 27 maggio 2009, n. 130/E l'Agenzia delle Entrate riconosce che sono esenti dall'imposta di bollo i documenti per il rilascio della carta acquisti. A supporto di tale esenzione i tecnici delle Entrate fanno presente che in deroga al principio generale di assoggettamento all'imposta di bollo dei certificati anagrafici, l'art. 8, comma 3, della tabella annessa al D.P.R. 26 ottobre 1972, n. 642 (atti, documenti e registri esenti dall'imposta di bollo in modo assoluto), esenta, in modo assoluto, dalla predetta imposta le "domande per il conseguimento di sussidi o per l'ammissione in istituti di beneficenza e relativi

documenti". Quest'ultima disposizione che ha l'evidente scopo di agevolare la richiesta di aiuti economici finalizzati a sostenere soggetti che versano in condizioni di disagio economico, comprende quindi, le richieste volte ad ottenere sussidi sociali.

Pertanto, la certificazione necessaria ad attestare la composizione del nucleo familiare ai fini del rilascio della carta acquisti, in quanto documento relativo alle domande presentate per il conseguimento di sussidi, è esente da imposta di bollo. ■

(C.D.S.)

**[Hanno collaborato alla rubrica:
 Luigi Corbella e Cinzia De Stefanis]**

I PERCORSI OPERATIVI DI GUIDA AL DIRITTO

**NUOVA
 EDIZIONE**



GUIDA ALLE ONLUS

P. Sciumé, D. Zazzeron

Le **Onlus** costituiscono un **modello di impresa per la gestione delle più diverse attività a sostegno del sociale**. La **mancaza dello scopo di lucro** è la condizione che permette l'accesso a **numerosi agevolazioni**, soprattutto di carattere fiscale. La **settima edizione** del volume si presenta nella nuova veste della collana I percorsi operativi ai fini di offrire al lettore uno **strumento ancor più agile nella consultazione e completo nei contenuti**. Aggiornato con le principali **novità normative ed interpretative** che riguardano l'attività e la gestione non solo delle Onlus ma di tutto il Terzo settore in termini più generali, tra le novità si segnalano: il **5 per mille** come riproposto dalla finanziaria 2009, la pubblicazione del **Libro bianco del Terzo settore**, la **nuove norme sull'impresa sociale**, un'analisi del D.L. n. 185/2008, disposizione destinata ad incidere in modo rilevante nel mondo dell'associazionismo.

Ogni capitolo, corredato da **numerosi box con legislazione, prassi e dottrina** più recenti, è chiuso da un'ampia rassegna di **"Casi e questioni"** e **"Formule e modelli"** sull'argomento.

Il **Cd-Rom** allegato contiene, oltre al **formulario**, la **normativa**, la **prassi** e, da questa edizione, la **dottrina di riferimento**.

Pagg. 380 + CD-Rom – € 42,00

Il prodotto è disponibile anche nelle librerie professionali.

Trova quella più vicina all'indirizzo www.librerie.ilssole24ore.com

GRUPPO 24ORE

La cultura dei fatti

INVIATECI I VOSTRI QUESITI

Se è interessato a porre un quesito agli esperti di Terzo Settore, compili la scheda sottostante e la invii alla redazione al n. di fax 02.3022.3927 oppure all'indirizzo e-mail: terzosettore@ilsole24ore.com. La preghiamo di compilare la scheda in ogni sua parte, indicando nome e cognome.

La Redazione si riserva di selezionare i quesiti più significativi e di interesse generale, che saranno pubblicati nei prossimi numeri della rivista. In nessun caso verranno date risposte o consulenze privatamente, né gratuitamente, né a pagamento.

Alla redazione di



Fax 02.3022.3927

e-mail:

terzosettore@ilsole24ore.com

NOME E COGNOME _____

VIA/PIAZZA _____ N. _____

CITTÀ _____ PROV. _____

TELEFONO _____

FAX _____

IL MIO QUESITO RIGUARDA:

ENTI NON COMMERCIALI ☐	FONDAZIONI ☐	COOPERATIVE SOCIALI ☐	COMITATO ☐
ONLUS ☐	ASSOCIAZIONI SPORTIVE DILETTANTISTICHE ☐	ORGANIZZAZIONI DI VOLONTARIATO ☐	ALTRO

Clausola contrattuale: la sottoscrizione dell'offerta dà diritto a ricevere informazioni commerciali su prodotti e servizi del Gruppo "Il Sole 24 ORE". Se non desidera riceverle barri la seguente casella ☐

Informativa ex D.Lgs. n. 196/03. Il Sole 24 ORE S.p.A., Titolare del trattamento, raccoglie presso di Lei e tratta, con modalità anche automatizzate connesse ai fini, i dati personali il cui conferimento è facoltativo ma serve per fornire i servizi indicati e, se ha espresso la relativa opzione, per aggiornarla su iniziative e offerte del Gruppo. Potrà esercitare i diritti dell'art. 7 del D.Lgs. n. 196/03 (accesso, correzione, integrazione...) rivolgendosi al Responsabile del trattamento, che è il Responsabile del Coordinamento Commerciale, presso Il Sole 24 ORE S.p.A. - Database Marketing Via Monte Rosa, 91 - 20149 Milano. L'elenco completo e aggiornato di tutti i Responsabili del trattamento è disponibile presso l'Ufficio Privacy, Via Monte Rosa, 91 - 20149 Milano. I dati potranno essere trattati da incaricati preposti agli ordini, al marketing, all'amministrazione e potranno essere comunicati alle Società del Gruppo per il perseguimento delle finalità della raccolta, a società esterne per l'evasione dell'ordine e per l'invio di materiale promozionale ed agli istituti bancari.

Consenso. Attraverso il conferimento del Suo indirizzo e-mail, del numero di telefax e/o di telefono (del tutto facoltativi) esprime il Suo specifico consenso all'utilizzo di detti strumenti per l'invio di informazioni commerciali.

IDEE & STRUMENTI

***Gli approfondimenti
e i chiarimenti operativi***

IN EVIDENZA

**Il trust con funzione di pubblica
utilità tra le Onlus**

Pag. 34

Il trust con funzione di pubblica utilità tra le Onlus

di Vincenzo Bancone*

L'attribuzione della qualifica di Onlus, e delle relative agevolazioni fiscali, a un trust di scopo creato per il perseguimento di finalità a carattere ideale, culturale o altruistico in genere, ha sicuramente un effetto benefico per il proliferarsi del trust di pubblica utilità, anche in concorrenza con gli enti non commerciali tradizionali.

Come già abbiamo avuto modo di evidenziare in un nostro precedente intervento⁽¹⁾, nell'ordinamento italiano il perseguimento di fini sociali, politici, culturali, di solidarietà, di ricerca scientifica, delle arti, di sostegno dei deboli è tradizionalmente realizzato ricorrendo a strumenti giuridici che vedono impegnato direttamente lo Stato in enti pubblici ovvero agli enti (privati) non profit o senza finalità lucrativa – quali fondazioni, associazioni ecc. – che costituiscono il c.d. Terzo Settore.

Abbiamo, altresì, precisato che nel Terzo Settore – oltre alle associazioni, alle fondazioni ecc. – deve essere sicuramente annoverato anche il *trust*.

Infatti, il legislatore tributario, con la legge finanziaria 2007⁽²⁾, nell'assimilare il *trust* (anche) agli enti non commerciali (lett. c, art. 73 D.P.R. n. 917/1986 - Tuir) ha di fatto "certificato" ciò che da un punto di vista civilistico era già am-

piamente acclarato; vale a dire che il *trust*, pur non essendo un autonomo ente giuridico "del tipo fondazione", può essere destinato al perseguimento di finalità di pubblica utilità.

Inoltre, abbiamo affermato (sempre nel richiamato intervento) che "i vantaggi" del *trust* con funzione di pubblica utilità, rispetto agli enti non profit "tradizionali", possono essere essenzialmente individuati nella maggior flessibilità gestoria e nella presenza di figure – quale il "guardiano" – poste a garanzia del raggiungimento dello scopo.

Tuttavia, nonostante i vantaggi sopra rappresentati, il ricorso ai *trusts* di pubblica utilità è ancora lontano dal raggiungere livelli soddisfacenti; ciò anche per la mancata invocazione a più incisive agevolazioni di natura tributaria.

In tale ottica, a nostro avviso, l'attribuzione della qualifica di Onlus a un *trust* di scopo creato per il perseguimento di finalità a carattere ideale, culturale o altruistico in genere, potrebbe agevolare il ricorso al *trust* di pubblica utilità anche in concorrenza con gli enti non profit tradizionali.

Tale soluzione non pare azzardata se si pensa alla esperienza "di favore" prevista per le *charities*; al riguardo è, infatti, utile ricordare che la normativa fiscale italiana (e precisamente quella sulle Onlus) si è ampiamente ispirata, relativamente alla disciplina fiscale degli enti non profit "propri" del nostro ordinamento, proprio alla regolamentazione anglosassone delle *charities*.

In definitiva, i vantaggi fiscali previsti per i *charitable trusts* non sono dissimili da quelli previsti per le Onlus.

L'attribuzione della qualifica di Onlus

Alla luce di quanto sopra, ne consegue – quindi – che in presenza di un *trust* con finalità di pubblica utilità, occorre necessariamente porsi la domanda se lo stesso possa ottenere l'attribuzione della qualifica di Onlus.

In tal senso preme ricordare che il D.Lgs. n. 460/1997 – quale corpo normativo destinato ad una serie di soggetti privati non lucrativi i quali, strutturati sulla base di precise norme statutarie, sono considerati dal legislatore meritevoli di accedere a regimi tributari agevolati – non pone limiti alla casistica degli enti “teoricamente” qualificabili, sotto il profilo tributario, come Onlus⁽³⁾. Infatti, ad una prima elencazione di soggetti, appartenenti alla categoria tipica degli enti non commerciali, si aggiungono anche «altri enti di carattere privato con o senza personalità giuridica». Vale a dire che indipendentemente dalla forma giuridica dell'ente, lo statuto deve necessariamente prevedere tutta una serie di vincoli – contenuti nell'art. 10 del citato D.Lgs. n. 460/1997⁽⁴⁾ – che indirizzino l'attività dello stesso verso determinati settori e che ne regolamentino le modalità di gestione.

In definitiva, ciò che sembra caratterizzare un soggetto come Onlus è, quindi, il settore di attività statutariamente determinato (ed il fine ultimo dell'ente) non tanto la sua forma giuridica. Non essendo così rigidi i vincoli sotto il profilo soggettivo (ovviamente si parla, al riguardo, sempre di “soggettività tributaria”), è sufficiente per il *trust* che il proprio atto istitutivo sia in linea con i dettami previsti dall'art. 10 del D.Lgs. n. 460/1997 per vedersi riconosciuto la qualifica fiscale di Onlus.

A tal fine, l'atto deve essere redatto nella forma di atto pubblico o della scrittura privata autenticata⁽⁵⁾ e deve contenere precise clausole che limitino l'ambito e la destinazione delle attività del *trust* stesso.

Inoltre, l'atto costitutivo del *trust* deve contenere delle disposizioni volte a vietare la distribuzione del reddito da parte del *trustee*, degli

avanzi di gestione o del fondo in *trust* durante tutto il periodo di durata dello stesso, prevedendo, altresì, l'obbligo di impiegare il reddito del fondo o dei beni in *trust* per l'esclusiva realizzazione delle attività “istituzionali” cui è stato destinato il *trust* stesso.

Alla “scadenza” del *trust*, inoltre, relativamente alla destinazione del fondo in *trust*, l'atto deve prevedere che il *trustee* sia obbligato a destinare quanto del fondo dovesse ancora residuare ad altre Onlus.

Inoltre, il *trust* – a cui sarà riconosciuta fiscalmente la qualifica di Onlus – soggiacerà agli obblighi di rendiconto previsti per le altre Onlus⁽⁶⁾.

Il ruolo dell'Agenzia per le Onlus in merito ai trust

Una volta ammessa la possibilità che il *trust* con funzione di pubblica utilità possa rivestire la qualifica di Onlus, ne deriva che lo stesso è soggetto al controllo da parte dell'Agenzia per le organizzazioni non lucrative di utilità sociale, istituita con D.P.C.M. 26 settembre 2000.

Tale controllo non deve essere visto come un “limite”, in quanto relativamente al fondamentale requisito richiesto per la validità di ciascun *trust* di scopo – vale a dire la necessità che vi sia (in assenza di beneficiari) un soggetto legittimato ad agire contro il *trustee* per l'adempimento dello scopo del *trust* – pare ragionevole ipotizzare che tale azione, anche a seguito dell'affermato riconoscimento della qualifica di Onlus al *trust*, spetti all'Agenzia per le Onlus che (quale pubblica autorità deputata alla vigilanza delle organizzazioni non lucrative di utilità sociale) svolgerebbe così un ruolo simile a quello svolto dalla *Charity commission* nel diritto inglese.

Infatti, i *charity commissioners* (nominati per la prima volta dai *Charitable trusts Acts* del 1853; l'*Act* del 1993 e l'*Act* del 2006 hanno fatto sì che la loro presenza continuasse) hanno la funzione di promuovere «the effective use of charitable resources by encouraging the development of better methods of administration, by giving the charity trustees information or advice on any matter

affecting the charity, and by investigating and checking abuses».

Inoltre, il loro raggio d'azione generale riguarda «to act in the case of any charity (unless it is a matter of altering its purposes) as best to promote and make affective the work of the charity in meeting the needs designated by its trusts».

I *charity commissioners* possono, altresì, nominare, rimuovere o revocare i *trustees* di una *charity* e trasferirne i beni ma solo su richiesta dell'*attorney general* ad altra *charity*; talvolta, possono istruire inchieste concernenti le *charities* o una particolare *charity* che abbia scopi generici o particolari.

Allo stesso modo preme ricordare che la predetta Agenzia per le Onlus, tra le altre, è investita dei più ampi poteri di indirizzo, promozione e ispezione per la corretta osservanza della disciplina legislativa e regolamentare in materia di fiscalità del Terzo Settore, tanto da poter adottare provvedimenti di irrogazione di sanzioni specifiche per le Onlus (quelle previste dall'art. 28 del D.Lgs. n. 460/1997⁽⁷⁾).

In particolare, l'Agenzia per le Onlus può:

- invitare i rappresentanti delle organizzazioni del Terzo Settore e degli enti a comparire per fornire dati e notizie;
- inviare ai rappresentanti delle organizzazioni del Terzo Settore e degli enti questionari relativi a dati e notizie di carattere specifico con invito a restituirli compilati e firmati;
- richiedere alle Pubbliche Amministrazioni, agli enti pubblici, a società ed imprenditori commerciali (ai soggetti titolari di partita Iva) la comunicazione di dati e notizie ovvero la trasmissione di atti e documenti relativi a organizzazioni del Terzo Settore ed enti indicati singolarmente o per categorie;
- richiedere copia o estratti di atti e documenti riguardanti organizzazioni del Terzo Settore ed enti, depositati presso i notai, gli uffici del territorio e gli altri pubblici ufficiali.

Oltre a quanto sopra, l'Agenzia per le Onlus:

- richiede ai competenti organi dell'Amministrazione finanziaria di eseguire specifici controlli al fine di verificare i presupposti sog-

gettivi ed oggettivi delle agevolazioni tributarie usufruite o invocate da singoli enti e associazioni, anche sulla base degli elementi comunque in suo possesso;

- comunica agli organi competenti, per l'adozione di provvedimenti sanzionatori, le violazioni e le anomalie riscontrate in occasione dello svolgimento della propria attività di controllo.

Per come evidenziato emerge, da tali poteri, il ruolo fondamentale che l'Agenzia per le Onlus può svolgere nei confronti dei *trusts* destinati a pubbliche finalità a cui può essere riconosciuta la qualifica di Onlus, assimilabile oltremodo alle attività che i *charity commissioners* esercitano nei confronti delle *charities* inglesi.

Si pensi, infatti, al potere di intervento dei *charity commissioners* che – come, peraltro, già evidenziato – possono:

- ordinare a qualsiasi persona di fornire resoconti o deposizioni scritte circa gli argomenti riguardanti un'inchiesta (sui quali tale persona abbia o possa ragionevolmente ottenere informazioni), di fornire copie di documenti in sua custodia o sotto il suo controllo, di rendere testimonianza e di produrre documenti;
- chiedere, al termine dell'istruttoria, alla Corte l'adozione dei necessari provvedimenti, nei confronti dei *trustees* di una *charity*.

Considerazioni conclusive

Siamo ben consapevoli che la nostra ricostruzione potrebbe portare qualche “tradizionalista” ad eccepire che un *trust* non può dirsi “ente” e che, per questo motivo, non può annoverarsi tra «... gli altri enti di carattere privato, con o senza personalità giuridica, ...» che possono ambire alla qualifica fiscale di Onlus; ciò, proprio per carenza del requisito soggettivo.

In realtà, a nostro avviso, il legislatore ha – con l'art. 1, commi 74 e 75 della legge 27 dicembre 2006, n. 296 che ha modificato l'art. 73 Tuir – già inquadrato, proprio sotto il profilo soggettivo, il *trust* in ambito tributario e in particolare in materia di imposizione diretta⁽⁸⁾.

(segue)

Peraltro, l'esperienza di "soggettivazione" del *trust* di cui all'art. 73 non è isolata (interessante comunque la collocazione, data dal legislatore fiscale, al *trust* nella relazione di accompagnamento al testo che ha modificato l'art. 73 tra le «organizzazioni non appartenenti ad altri soggetti nei cui confronti il presupposto si manifesta in modo unitario e autonomo») basti pensare – sempre in merito al nostro ordinamento – alla previsione contenuta nell'art. 3, comma 1, lett. a), della Convenzione contro le doppie imposizioni in vigore dal 1984 fra il nostro Paese e gli Stati Uniti d'America, la quale esplicitamente prevede l'inclusione del *trust* fra le *persons* cui si applicano le disposizioni della Convenzione. Ne consegue, quindi, a nostro avviso, che nessun limite di natura soggettiva può essere invocato in merito alla possibilità che il *trust* con funzione di pubblica utilità – il cui atto istitutivo rispetti i vincoli imposti dal D.Lgs. n. 460/1997 – possa ottenere la qualifica fiscale di Onlus. ■

* CBA Studio Legale e Tributario

[Note:]

- 1) Cfr. V. Bancone, «Trust ed enti non profit "tradizionali"», in *Terzo Settore* n. 10/2008, pag. 38.
- 2) Legge 27 dicembre 2006, n. 296 "Disposizioni per la formazione del bilancio annuale e pluriennale dello Stato (legge finanziaria 2007)" pubblicata nella G.U. 27 dicembre 2006, n. 299 – Suppl. ord. n. 244.
- 3) Cfr. V. Stoppia, *Teoria e pratica della fiscalità dei Trust*, a cura di G. Frasoni e N. de Renzis Sonnino, Milano, 2008.
- 4) Che prevede espressamente: «1. Sono organizzazioni non lucrative di utilità sociale (Onlus) le associazioni, i comitati, le fondazioni, le società cooperative e gli altri enti di carattere privato, con o senza personalità giuridica, i cui statuti o atti costitutivi, redatti nella forma dell'atto pubblico o della scrittura privata autenticata o registrata, prevedono espressamente:
 - a) lo svolgimento di attività in uno o più dei seguenti settori:
 - 1) assistenza sociale e socio-sanitaria;
 - 2) assistenza sanitaria;
 - 3) beneficenza;
 - 4) istruzione;

- 5) formazione;
- 6) sport dilettantistico;
- 7) tutela, promozione e valorizzazione delle cose d'interesse artistico e storico di cui alla legge 1° giugno 1939, n. 1089, ivi comprese le biblioteche e i beni di cui al decreto del Presidente della Repubblica 30 settembre 1963, n. 1409;
- 8) tutela e valorizzazione della natura e dell'ambiente, con esclusione dell'attività, esercitata abitualmente, di raccolta e riciclaggio dei rifiuti urbani, speciali e pericolosi di cui all'articolo 7 del decreto legislativo 5 febbraio 1997, n. 22;
- 9) promozione della cultura e dell'arte;
- 10) tutela dei diritti civili;
- 11) ricerca scientifica di particolare interesse sociale svolta direttamente da fondazioni ovvero da esse affidata ad università, enti di ricerca ed altre fondazioni che la svolgono direttamente, in ambiti e secondo modalità da definire con apposito regolamento governativo emanato ai sensi dell'articolo 17 della legge 23 agosto 1988, n. 400;
- b) l'esclusivo perseguimento di finalità di solidarietà sociale;
- c) il divieto di svolgere attività diverse da quelle menzionate alla lettera a) ad eccezione di quelle ad esse direttamente connesse;
- d) il divieto di distribuire, anche in modo indiretto, utili e avanzi di gestione nonché fondi, riserve o capitale durante la vita dell'organizzazione, a meno che la destinazione o la distribuzione non siano imposte per legge o siano effettuate a favore di altre Onlus che per legge, statuto o regolamento fanno parte della medesima ed unitaria struttura;
- e) l'obbligo di impiegare gli utili o gli avanzi di gestione per la realizzazione delle attività istituzionali e di quelle ad esse direttamente connesse;
- f) l'obbligo di devolvere il patrimonio dell'organizzazione, in caso di suo scioglimento per qualunque causa, ad altre organizzazioni non lucrative di utilità sociale o a fini di pubblica utilità, sentito l'organismo di controllo di cui all'articolo 3, comma 190, della legge 23 dicembre 1996, n. 662, salvo diversa destinazione imposta dalla legge;
- g) l'obbligo di redigere il bilancio o rendiconto annuale;
- h) disciplina uniforme del rapporto associativo e delle modalità associative volte a garantire l'effettività del rapporto medesimo, escludendo espressamente la temporaneità della partecipazione alla vita associativa e prevedendo per gli associati o partecipanti maggiori di età il diritto di voto per l'approvazione e le modificazioni dello statuto e dei regolamenti e per la nomina degli organi direttivi dell'associazione;
- i) l'uso, nella denominazione ed in qualsivoglia segno distintivo o

comunicazione rivolta al pubblico, della locuzione "organizzazione non lucrativa di utilità sociale" o dell'acronimo "Onlus".

2. (omissis)».

5) Il che è del tutto in linea con la prassi dei *trusts* interni, che si è evoluta – nel rispetto dell'art. 3 della Convenzione de L'Aja – nel senso che l'atto istitutivo del *trust* abbia la forma dell'atto pubblico o della scrittura privata autenticata.

6) Per tutti, S. Pettinato, *Legislazione tributaria ed enti non profit*, Trento, 2007, che testualmente afferma: «Le Onlus devono conferirsi obbligatoriamente, a prescindere dalle norme civili che le riguardano in quanto soggetti di diritto, un obbligo annuale di bilancio o rendiconto: la legge stabilisce che in relazione all'attività complessivamente svolta (cioè, anche quella extra-fiscale) devono essere impiantate scritture contabili cronologiche e sistematiche – cioè, un vero e tecnico flusso contabile ordinato *per diem* – in cui tutta la gestione sia riprodotta con precisione, confluenso ciò in un apposito prospetto contabile (ecco il bilancio) da redigere entro quattro mesi dalla chiusura dell'esercizio annuale; detto bilancio dovrà esprimere la situazione patrimoniale, economica e finanziaria dell'organizzazione, distinguendo nella sua struttura, quantomeno a livello economico, le attività direttamente connesse da quelle istituzionali.».

7) L'art. 28 del D.Lgs. n. 460/1997 stabilisce che: «1. Indipendentemente da ogni altra sanzione prevista dalle leggi tributarie:

a) i rappresentanti legali e i membri degli organi amministrativi delle Onlus, che si avvalgono dei benefici di cui al presente decreto in assenza dei requisiti di cui all' articolo 10 , ovvero violano le disposizioni statutarie di cui alle lettere c) e d) del com-

ma 1 del medesimo articolo sono puniti con la sanzione amministrativa da lire 2 milioni a lire 12 milioni;

b) i soggetti di cui alla lettera a) sono puniti con la sanzione amministrativa da lire 200 mila a lire 2 milioni qualora omettono di inviare le comunicazioni previste all'articolo 11, comma 1;

c) chiunque contravviene al disposto dell'articolo 27, è punito con la sanzione amministrativa da lire 600 mila a lire 6 milioni.

2. Le sanzioni previste dal comma 1 sono irrogate, ai sensi dell'articolo 54, primo e secondo comma, del decreto del Presidente della Repubblica 29 settembre 1973, n. 600, dall'ufficio delle entrate nel cui ambito territoriale si trova il domicilio fiscale della Onlus.

3. I rappresentanti legali ed i membri degli organi amministrativi delle organizzazioni che hanno indebitamente fruito dei benefici previsti dal presente decreto legislativo, conseguendo o consentendo a terzi indebiti risparmi d'imposta, sono obbligati in solido con il soggetto passivo o con il soggetto inadempiente delle imposte dovute, delle relative sanzioni e degli interessi maturati.».

8) Attraverso l'integrazione del citato art. 73, comma 1, Tuir, il legislatore ha inserito tra i soggetti passivi Ires il *trust* assimilandolo, a seconda della natura dell'attività concretamente esercitata e della residenza fiscale:

- agli enti commerciali residenti (lett. b, art. 73) se ha per oggetto esclusivo o principale l'esercizio di attività commerciali;
- agli enti non commerciali residenti (lett. c, art. 73) se non ha per oggetto esclusivo o principale l'esercizio di attività commerciali;
- agli enti non residenti, se ha residenza fiscale all'estero (lett. d, art. 73).

I MANUALI DI GUIDA AL DIRITTO



SEPARAZIONE E DIVORZIO

M. Marino

Pagg. 380 – € 33,00

Il prodotto è disponibile anche nelle librerie professionali.

Trova quella più vicina all'indirizzo www.librerie.ilsole24ore.com

GRUPPO 24ORE
La cultura dei fatti

La ricetta campana per risollevare le aree rurali: il turismo

di Laura Bertozzi*

In Campania si è inteso finanziare alcuni progetti per risollevare le aree rurali, devastate sia concretamente sia dal punto di vista dell'immagine dall'emergenza rifiuti e dall'inquinamento dei siti.

La crisi che stiamo attraversando è globale sia per estensione territoriale che settoriale: non è solo finanziaria o solo industriale, ma abbraccia qualsiasi ambito. Non è argomento di questo articolo indagare sulle motivazioni o sugli effetti di questa congiuntura ma è utile sapere che le cause che l'hanno provocata sono di natura etica ed è quindi in tal senso che bisogna lavorare per uscirne, correggendo le distorsioni con interventi mirati allo sviluppo sostenibile.

Non a caso in Campania si è inteso stanziare fondi per ridare nuovo slancio al mondo rurale, danneggiato soprattutto a livello di immagine dall'emergenza rifiuti e dall'inquinamento dei siti. Nonostante meno del 2% dei terreni coltivati sia stato colpito da questi problemi, i riflessi negativi di tali azioni scellerate hanno dato un duro colpo all'economia agricola campana, dovuto alla notevole pressione mediatica e anche al reale inquinamento, sebbene di una parte marginale degli appezzamenti.

Per rilanciare il settore è necessario avere un atteggiamento costruttivo che abbia il duplice vantaggio di prevenire azioni fraudolente e anzi promuova lo sviluppo sostenibile.

Un'azione di mera repressione non solo deve es-

sere costante e continuativa nel tempo – con notevole dispendio di risorse e scarsi risultati – poiché contrappone due interessi sempre in conflitto fra loro (lucrare col dolo contro il rispetto della legge), ma non promuove neppure un cambiamento culturale, necessario per porre le basi di uno sviluppo sostenibile e quindi a vantaggio di tutti.

L'idea di fondo della Regione è proprio quella di incentivare gli attori del settore agricolo a valorizzare il loro *habitat* in modo da conciliare la crescita economica con la conservazione delle bellezze naturali, per garantire prosperità anche alle generazioni future e a tutti i portatori di interessi.

Il Piano di sviluppo rurale 2007-2013 si muove in tal senso, con l'obiettivo di vedere le risorse naturali nella giusta prospettiva: patrimonio. Per valorizzarle sono stati stanziati quasi due miliardi di euro da destinare ad una serie di interventi mirati, uno dei quali è quello della misura 3.1.3.

Soggetti beneficiari

Visti gli obiettivi che si intendono perseguire sono beneficiari dei finanziamenti tutti quegli enti che hanno la possibilità di raggiungerli e quindi:

- comunità montane;
- Comuni;
- enti parco;
- soggetti gestori di aree Natura 2000 e siti di grande pregio naturalistico;
- associazioni ambientaliste senza scopo di lucro riconosciute dal Ministero dell'Ambien-

REQUISITI PER PARTECIPARE AL BANDO RELATIVO AD INTERVENTI DI VALORIZZAZIONE DELLE AREE RURALI CAMPANE

Beneficiari	Oggetto	Termini di presentazione delle domande	Contributo
- Comunità montane; - Comuni; - enti parco; - soggetti gestori di aree Natura 2000 e siti di grande pregio naturalistico; - associazioni ambientaliste senza scopo di lucro riconosciute dal Ministero dell'Ambiente ed operanti a livello nazionale ai sensi dell'art. 13 legge n. 349/1986 e successive modificazioni.	Sono finanziati interventi di valorizzazione del patrimonio rurale campano, che possono riguardare le seguenti tipologie: - realizzazione di percorsi turistici; - attività divulgative e di promozione del territorio.	Le domande vanno presentate nel bimestre di riferimento a partire dal 2 agosto passato.	Totale per gli enti pubblici e fino al 75% per quelli privati.

te ed operanti a livello nazionale ai sensi dell'art. 13 legge n. 349/1986 e successive modificazioni.

Progetti ammissibili

Come abbiamo detto poc'anzi, la finalità principale è quella di promuovere lo sviluppo economico delle aree rurali campane, valorizzandole dal punto di vista ambientale, riconosciuto come vero e proprio patrimonio. La misura 313 ha proprio quale tematica l'"incentivazione di attività turistiche".

Pertanto sono agevolate due tipologie di interventi:

- a) realizzazione di percorsi turistici;
- b) attività divulgative e di promozione del territorio.

Sono ammesse a contributo le spese di diretta imputazione al netto dell'Iva, se recuperabile, e spese generali e tecniche per il recupero di spese di gara, legali, bancarie, per la copertura delle garanzie fidejussorie, fino al 12% delle spese per lavori e al 7% di quelle per acquisti e forniture.

In caso di interventi su immobili è necessario che questi siano posseduti dal richiedente in base ad un legittimo titolo di proprietà o di affitto.

In caso di affitto, la durata residuale del contratto dovrà essere pari alla durata del vincolo di destinazione e d'uso degli investimenti da finanziare (10 anni per gli investimenti fissi, 5 anni per quelli mobili) maggiorata del tempo occorrente per la loro realizzazione e collaudo (12 mesi).

Saranno ritenuti ammissibili progetti ricadenti negli ambiti territoriali di attuazione corredati di autorizzazioni, pareri e nulla osta previsti dalle vigenti normative e che siano:

- per gli enti pubblici definitivi o esecutivi;
- muniti di tutte le autorizzazioni, pareri e nulla osta previsti dalle vigenti normative per le iniziative presentate da soggetti privati;
- realizzabili nei tempi previsti dal cronogramma;
- corredati da atti che dimostrino che il richiedente è in grado di far fronte alla quota di finanziamento a suo carico anche attraverso impegni specifici da parte di aziende creditricie o assicurative (se il beneficiario è privato).

Realizzazione di percorsi turistici

Rientra in questa tipologia ogni qualsivoglia progetto che riesca a rendere interessante per i visitatori il patrimonio rurale campano e quindi:

- realizzazione di materiale multimediale. Realizzazione di guide, cartine, depliant, folder, Cd-rom, software per GPS, strumenti informatici per la promozione dell'itinerario progettato, ivi comprese le spese per software e collegamenti con siti web;
- realizzazione e miglioramento della sentieristica ad esclusione di quella forestale. Realizzazione di sentieri tematici (artistici, architettonici, religiosi ecc.), miglioramento della percorribilità dei sentieri, realizzazione di nuove tratte di collegamento tra itinerari già esistenti;
- realizzazione di segnaletica relativa a percorsi blu e a itinerari tematici. Realizzazione e apposizione lungo gli itinerari escursionistici di pannelli descrittivi di percorsi e di segnaletica, tematica, direzionale e di richiamo. La segnaletica dovrà essere parte di un progetto di valorizzazione delle risorse del territorio ed essere realizzata utilizzando sistemi di comunicazione che la rendono fruibile ad utenti diversamente abili;
- realizzazione di infrastrutture ricreative, esclusivamente su aree pubbliche, per favorire l'accessibilità e la fruibilità delle aree naturali. Tali infrastrutture, aree per la sosta e il ristoro, percorsi "belvedere", strutture di riparo temporaneo dalle intemperie, punti informativi ecc., dovranno essere realizzate secondo tecniche di ingegneria naturalistica, utilizzando esclusivamente essenze autoctone e materiali edili tradizionali.

Sono ammessi interventi mirati a garantire l'accessibilità e la fruibilità per un'utenza ampliata con esigenze complesse e differenziate (pedane e ponti in legno su sentieri scivolosi o su percorsi con gradini e terrazzamenti, zone di sosta e postazioni di osservazione adeguate a chi si muove su sedia a ruote, indicazioni con scritte Braille o mappe tattili e stazioni sensoriali per coloro che hanno difficoltà visive, servizi igienici attrezzati per i diversamente abili ecc.). Tutti gli interventi devono essere realizzati facendo ricorso a materiali ecocompatibili, integrati nel contesto paesaggistico, e con tecniche

che non riducono l'infiltrazione delle acque meteoriche.

I beneficiari delle agevolazioni per ottenerle e successivamente non vedersela ritirare, dovranno provvedere alla manutenzione dei sentieri, delle infrastrutture e delle segnaletiche finanziate, per almeno cinque anni li devono rendere fruibili gratuitamente a tutti i visitatori e devono creare un sito web con la sentieristica e collegarlo al sito ufficiale della Regione.

Attività divulgative e di promozione del territorio

Gli interventi previsti per questa tipologia sono:

- recupero e riqualificazione di infrastrutture su piccola scala da destinare a sale multimediali e musei; *infopoint* e/o centri di visita per l'informazione e la divulgazione delle risorse del territorio e delle attività turistiche locali; ovviamente, proprio perché l'intento è quello di promuovere lo sviluppo sostenibile, è indispensabile che vengano utilizzati materiali e tecniche di ristrutturazione a basso impatto ambientale e comunque, in ogni caso, non sarà possibile aumentare le volumetrie, se non per i dovuti adeguamenti igienico-sanitari;
- supporti informatici e multimediali e costituzione di reti telematiche funzionali alla promozione delle risorse e delle attività del territorio;
- produzione di materiale divulgativo cartaceo e multimediale mirante alla promozione del territorio;
- realizzazione di eventi e di manifestazioni di promozione del territorio; saranno ritenuti ammissibili interventi immateriali concernenti l'ideazione, l'organizzazione e la realizzazione di eventi culturali, di manifestazioni e di ogni altra iniziativa promozionale volta a valorizzare le risorse culturali, storiche, produttive e ambientali del territorio;
- progetti finalizzati all'internazionalizzazione della promozione territoriale in conformità agli indirizzi adottati dalla giunta regionale.

Tipologia ed entità dell'agevolazione

Per il quinquennio di programmazione, alla misura 3.1.3 sono stati destinati oltre 33,5 milioni di euro, di cui 12.431.500 per il bando in esame.

L'agevolazione consiste in un contributo che copre la totalità delle spese ammissibili per gli enti pubblici e il 75% per quelli privati. Le spese ammissibili non possono superare i 100mila euro per la tipologia a) ed i 50mila per la tipologia b). Laddove venga presentato da un ente pubblico un unico progetto che prevede entrambe le tipologie, allora il tetto di spesa è innalzato a 300mila euro. È possibile richiedere un acconto della metà del contributo concesso secondo le modalità previste dal Piano di sviluppo rurale campano.

Criteri di selezione

I progetti verranno selezionati sulla base di una tabella di valutazione reperibile sul sito sotto riportato. Il punteggio totale assegnato a ciascun progetto ai fini della predisposizione della graduatoria di merito sarà dato dalla somma dei punteggi assegnati allo stesso per ognuno dei parametri di valutazione considerati, fino ad un massimo di 100 punti. Saranno selezionate, ai fini del finanziamento, tutte le iniziative che avranno riportato almeno la metà del punteggio relativo alla categoria "validità del progetto", pari per la presente misura a 25 punti e con un punteggio totale minimo di 51 punti. Le iniziative selezionate sa-

ranno ammesse a finanziamento, secondo l'ordine di graduatoria, sino ad esaurimento delle risorse disponibili. In caso di parità di punteggio sarà finanziato il progetto la cui previsione di spesa risulta più bassa. I progetti ricadenti in Comuni che hanno posto in essere interventi che prevedono efficiente gestione dei rifiuti (oltre il rispetto delle norme obbligatorie) o che, sul cui territorio sono ubicate una o più discariche attive per la raccolta dei rifiuti solidi urbani, avranno diritto ad una maggiorazione del 10% del punteggio totale conseguito dal progetto stesso.

Presentazione delle domande e scadenze

Le domande vanno inoltrate per posta o corriere espresso utilizzando l'apposita modulistica ed inviate allo STAPA Ce.PICA competente dal 31° giorno dalla pubblicazione sul Bollettino Regionale (quindi dal 2 agosto). La documentazione dovrà essere contenuta in un plico chiuso riportante sul frontespizio la dizione "PSR Campania - Misura 3.1.3" e sul retro il nominativo ed il recapito postale del richiedente. I soggetti beneficiari pubblici su indicati potranno presentare al massimo tre progetti per ciascuna tipologia di intervento, mentre le Onlus di protezione ambientale potranno presentare un numero massimo di tre progetti per Provincia. Per ulteriori informazioni: <http://www.sito.regione.campania.it> ■

* *dottore commercialista*

I FORMULARI DI GUIDA AL DIRITTO



NOVITÀ

ARBITRATO E CONCILIAZIONE

N. Soldati

Pagg. 340 + CD-Rom – € 37,00

Gruppo



La cultura dei fatti.

Il prodotto è disponibile anche nelle librerie professionali.
Trova quella più vicina all'indirizzo www.librerie.ilssole24ore.com

Il reclutamento dei volontari nel Terzo Settore

di Stefano Martello* e Sergio Zicari**

La figura del volontario è sempre più centrale e strategica nelle logiche attuative del Terzo Settore. Non solo in senso operativo, dunque come soggetto che partecipa alla realizzazione dei programmi in corso; ma anche come risorsa che contribuisce ad una crescita (etica, personale e professionale) a medio lungo termine.

Con un'ipotesi ben strutturata si vuole auspicare un'attività di reclutamento che sia trasversale, razionale e, nel contempo, quotidiana. Attenta a cogliere ogni possibile risorsa, valorizzandola all'interno di un quadro delineato, per obiettivi e per istanze.

Premessa al contesto di riferimento

La crisi economica globale ha colpito – attraverso un indebolimento delle capacità di donazione da parte di imprese e nuclei familiari – anche il Terzo Settore. Un'indagine dell'Istituto italiano della donazione ha individuato nell'intensificazione/innovazione delle campagne nonché nell'azione mirata su *target* e nell'ottimizzazione delle risorse le principali strategie per uscire da una situazione di stallo⁽¹⁾ e di potenziale pericolo, soprattutto per quei progetti

già programmati e/o operativi. Nel contempo, le soluzioni prospettate esigono, per una efficace declinazione, un radicale cambio di strategia nell'interpretazione stessa del volontario e del volontariato, riassumibili in un'azione costante di reclutamento unitamente ad una maggiore attenzione nei confronti di sensibilità/competenze personali. Riunite in una cornice di utilità già individuate e strettamente funzionali alla crescita dell'ente.

Parole d'ordine: trasparenza e sincerità

La scelta dell'ente dove prestare attività di volontariato è sempre più consapevole, e viene attuata attraverso dei parametri di confronto/analisi molto rigorosi che vanno ad integrare la componente amicale e familiare. Questo dato, se tenuto in considerazione, è propedeutico alla formulazione di una strategia comunicativa trasversale che riesca a consolidare – “allargandoli” – i rapporti con l'utenza fidelizzata che a vario titolo già partecipa alla vita associativa, rivolgendosi nel contempo anche a chi ancora non conosce nello specifico le mansioni e gli ambiti di attività dell'ente (utenza potenziale). In termini operativi, è dunque importante facilitare – direttamente ed indirettamente⁽²⁾ – le possibilità di contatto da parte degli aspiranti volontari attraverso la presenza di dati anagrafici su tutti i materiali di comunicazione; dalla *brochure* informativa fino al sito *web*, prevedendo in questo ultimo caso indirizzi di posta elettronica diversificati per settore ed ambito⁽³⁾ ma anche attraverso

un'azione costante sul territorio di riferimento. Ma è altresì fondamentale "raccontare" quotidianamente l'attività dell'ente, per aiutare la comprensione delle mansioni che si andranno a ricoprire da parte dell'aspirante volontario. Trasparenza e sincerità, dunque, per trasmettere un messaggio sostanziale, forse poco evocativo, sicuramente decisivo all'interno di un momento di scelta. Di seguito un'ipotesi strutturata.

Proviamo a raccontare, in maniera semplice e sincera, la progettazione, l'attuazione e la gestione di un progetto già realizzato. Il tutto, attraverso le voci di coloro che, a vario titolo, hanno collaborato alla realizzazione. Prendiamo così in esame le criticità riscontrate, le soluzioni adottate ed i risultati ottenuti; facciamo parlare – senza alcun filtro – coloro che hanno speso il proprio tempo e otterremo elementi di positività e motivazione importanti. Oltre ad un elemento indiretto di analisi/critica interna sulle attività già realizzate, propedeutico alla efficace pianificazione di attività future.

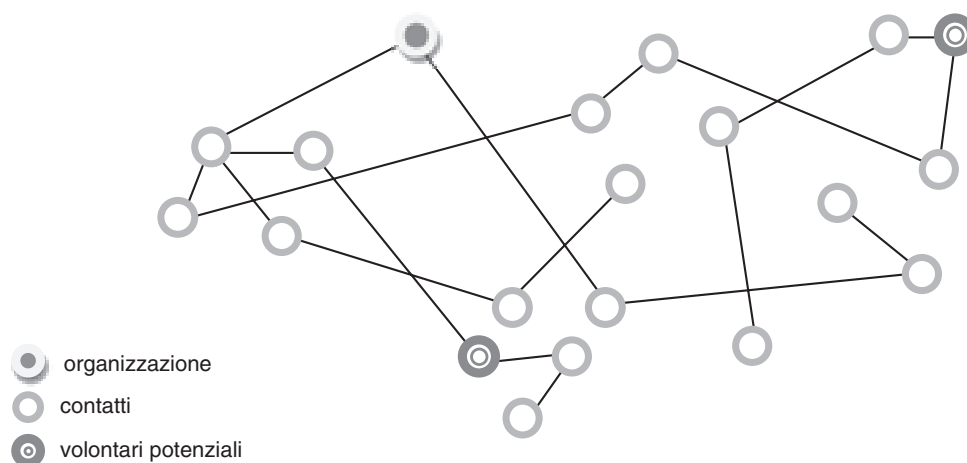
Gli strumenti possibili: la forza delle conversazioni

Si parla molto, oggi, di *networking* ovvero dell'importanza di creare e sviluppare la nostra rete sociale. Per rete sociale si intende un qualsiasi gruppo di persone connesse tra loro da diversi legami sociali, che vanno dalla conoscenza casuale, ai rapporti di lavoro, fino ad arrivare ai vincoli familiari. Se davvero comprendessimo la reale natura della rete sociale vedremmo ogni individuo come potenzialmente "utile" ai nostri obiettivi. Attribuiremmo a tutti, indipendentemente dalle apparenze (ricco/povero; bello/brutto) e dai ruoli (cliente/fornitore/utente; debitore/creditore; volontario/dipendente) un valore positivo. Qui non ci riferiamo ad un concetto etico (il riconoscimento che ogni essere umano ha un enorme valore insito in se stesso) ma ad un concetto meramente utilitaristico. Comprendere questo principio è ciò di cui le organizzazioni del Terzo Settore necessitano – oggi ancora di più – per migliorare le capacità in-

terne di reclutamento offrendo al volontario, nel contempo, una possibilità di crescita individuale. Di seguito un'applicazione concreta.

Il postino. Ogni associazione, ogni ente riceve ancora la corrispondenza da un postino in carne ed ossa (anche ai tempi delle *e-mail*). A volte si fermerà alla nostra cassetta delle lettere; a volte entrerà in sede per consegnarci qualche busta particolarmente ingombrante o per farci firmare una raccomandata. Perché non chiedergli «Sa di cosa ci occupiamo?», oppure per dirgli «Mi farebbe piacere lasciarle questo opuscolo che spiega le attività che stiamo facendo a favore di...». Avete in programma una conferenza pubblica o un'attività di raccolta fondi? È il momento di lasciarli una copia del programma, aggiungendo «Mi farebbe molto piacere che lei fosse presente», oppure «Se le dessi qualche copia della locandina, potrebbe consegnarla ai suoi colleghi (vicini di casa, amici, ...)?». Pur tenendo conto che il postino è lì per lavorare e non per fare conversazione, è sempre possibile chiedere «Cosa le piace fare, nel tempo libero?» per poi aggiungere «Vorrebbe prendere in considerazione la possibilità di dedicare un po' del suo tempo libero ai bambini soli (agli anziani, alla protezione dei nostri boschi, ..., [o, più genericamente] ad un'attività di volontariato)?». Ci vuole troppo tempo? No, possono bastare trenta, sessanta secondi. È un tempo più che sufficiente, come tutti i pubblicitari sanno bene. «Ma il postino è uno solo!» può essere obiettato. È vero, ed è proprio per questo che l'attività di *networking* deve essere attentamente pianificata e calibrata sulle singole esigenze.

Riferendoci a quanto già scritto sull'argomento⁽⁴⁾ fondamentale appare la scelta degli eventi a cui partecipare (per pertinenza con i temi d'interesse trattati dall'ente); la scelta degli operatori che parteciperanno all'evento stesso nonché la preparazione e la competenza in merito a tutti gli argomenti trattati; il monitoraggio *post* evento la cui attività – utilizzando una terminologia giuridica – perfeziona le conversazioni attraverso uno scambio sostanziale di confronti ed informazioni. Ma anche un controllo delle

FIG. I - ANCHE LE ORGANIZZAZIONI HANNO UNA LORO RETE SOCIALE

dinamiche di comunicazione interpersonale, riassumibili nel privilegiare sempre una conversazione sincera, costruita e bilanciata più sull'ascoltare che sull'affermare. Di seguito un esempio pratico.

Immaginiamo, così, un convegno in ambito universitario sulle tematiche trattate dall'ente. In questo caso, opereremo una diversificazione dei ruoli che vedrà il responsabile del settore interessato partecipare in qualità di relatore alla discussione, coadiuvato da un gruppo di volontari che si occuperanno dell'attività di *networking* successiva all'evento. La scelta viene giustificata dalla necessità di avere sul palco dei relatori una figura credibile e competente, che sappia descrivere le attività e le motivazioni di quella stessa linea operativa. Mentre il discorso cambia rispetto alle possibili conversazioni con una utenza giovane, in alcuni casi poco esperta delle dinamiche interne ad un ente non profit, che, in ultima analisi, necessita di informazioni poco tecniche. Un volontario potrà, così, rispondere in maniera sincera e credibile alle possibili richieste di informazioni provenienti dal pubblico presente, concentrandosi su aspetti apparentemente banali ma centrali nella decisione di iniziare un'attività di volontariato.

Potrà, così, assicurare il futuro volontario in merito alla possibilità di diversificare il proprio impegno in orari e giorni che non vadano ad incidere sul tempo dedicato allo studio o ad attività sportive. Potrà raccontare la propria gratificazione personale con un linguaggio immediatamente comprensibile. Potrà, più in generale, creare un primo rapporto che, eventualmente, sarà lo stesso interlocutore ad approfondire, casomai visitando il sito *web*. A tale proposito, uno degli errori più frequenti nel *networking* è quello di "inondare" l'interlocutore di materiali informativi o di biglietti da visita, senza considerare che l'obiettivo dell'intera strategia non è quello di "vendere" un'idea o una convinzione, ma solo di conversare con una persona che potrebbe essere interessata alla nostra attività. Inoltre, molto spesso, di fronte ad una richiesta di informazioni del nostro interlocutore, reagiamo con prontezza nell'assicurare una risposta esauriente, salvo poi dimenticarci di inviare una *e-mail*. È un errore frequente che annulla ogni effetto positivo della conversazione, sia a livello esterno – nei confronti del nostro interlocutore – sia a livello di monitoraggio interno rispetto alle istanze di una utenza potenziale.

Considerazioni conclusive

Riassumendo all'interno di una cornice unica i concetti sopra espressi, è possibile individuare in due principi chiave le regole per porre in essere una efficace quanto quotidiana attività di reclutamento: trasparenza e sinergia.

Trasparenza, rispetto alla necessità di illustrare le mansioni e le attività nella propria interezza, attraverso tutti i canali di comunicazione dell'ente. Sinergia rispetto alla possibilità di far dialogare tutti gli strumenti – e, conseguentemente, tutti i contenuti inseriti all'interno – in una logica razionale ed attentamente calibrata sui pubblici di riferimento. L'alternativa a quella che, prima di essere *corpus* di regole e strategie, è un *animus* che sottende – o che, almeno, dovrebbe sottendere – ad ogni nostra attività, risiede in un'attività di reclutamento casuale, che non tiene alcun conto delle legittime aspirazioni/esigenze/competenze del candidato e che esprime un dato meramente quantitativo. Trasfor-

mando il passaparola da probabile risorsa a sicura criticità di sistema. ■

* consulente in comunicazione

** consulente in comunicazione e marketing

[Note:]

1) E. Silva, «Il Terzo settore cerca altre vie», in *Il Sole 24 Ore*, 2 marzo 2009; L. Varalli, «Come cambia la generosità nei tempi "di magra"», in *Terzo Settore*, n. 3/2009, *L'inserto*, pag. V.

2) Per esempio, appurato che una utenza giovane privilegia modalità di ricerca sul web, si preveda la presenza del sito web dell'ente all'interno dei principali motori di ricerca, attraverso *key words* pertinenti ed intuitive; e ancora, nella fase di gestione del sito, ampliare costantemente e responsabilmente il sistema di *link* ad altri "contenitori" già credibili nel settore di riferimento.

3) L'obiettivo è quello di snellire le procedure di primo contatto e di reclutamento, mettendo direttamente in contatto l'interlocutore con il singolo responsabile del settore.

4) Per un approfondimento, S. Martello, «"Fare rete" per comunicare meglio», in *Terzo Settore*, n. 12/2007, *L'inserto*, pag. III.

I PERCORSI OPERATIVI DI GUIDA AL DIRITTO

GUIDA ALLA COSTITUZIONE DI UN ENTE NON PROFIT

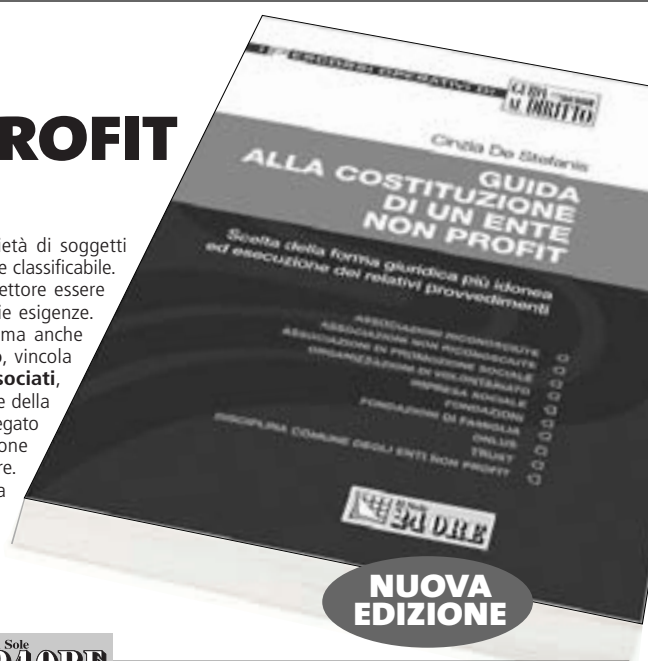
C. De Stefanis

Il mondo "non profit" appare complesso, caratterizzato da una varietà di soggetti giuridici e settori di competenza, che lo rende difficilmente inquadrabile e classificabile. In questo contesto è fondamentale per iniziare un'attività nel Terzo Settore essere guidati nell'individuazione della forma giuridica più idonea alle proprie esigenze. Tale scelta non si presenta come un **problema** soltanto **formale**, ma anche **sostanziale**, dato che implica conseguenze di **carattere civilistico**, vincola le **scelte concernenti i finanziamenti**, regola i **rapporti fra gli associati**, comporta un diverso **trattamento fiscale**. Il problema della definizione della forma giuridica non si esaurisce con la costituzione dell'ente, essendo collegato con la **gestione dell'impresa non lucrativa**, che è per definizione dinamica, mutevole nel tempo in relazione ai vari obiettivi da raggiungere. Si può pertanto presentare in ogni momento l'esigenza di variare la forma giuridica iniziale per adeguarsi maggiormente alle proprie necessità. Per ciascuna tipologia di ente vengono fornite tutte le indicazioni normative e pratico-operative necessarie, completate da vari modelli di atti e tabelle.

Pagg. 550 – € 49,00

Per ulteriori informazioni: tel. 02.4587010

Gruppo
IL SOLE 24 ORE
 La cultura dei fatti.



Disponibile anche nelle migliori librerie

SHOPPING24 Disponibile anche sul sito www.shopping24.it

Le pubbliche relazioni per non profit e fundraising

di Valerio Melandri*

Le aziende non profit hanno la particolare esigenza di riuscire a trasmettere il proprio messaggio verso l'esterno e di farsi capire in modo efficace non solo dal pubblico dei donatori, ma anche dai potenziali tali, da chi cioè non conosce ancora l'associazione e a cui si devono presentare i progetti, la mission, i valori della medesima.

L'esigenza di comunicazione delle aziende non profit (in seguito anp) è affiancata dalla necessità di contenere la spesa non potendo spesso disporre di ingenti risorse economiche da investire in comunicazione.

Per riuscire a trasmettere il proprio messaggio in modo efficace una anp dovrà dunque:

- individuare i diversi mercati: tenendo in considerazione i mercati interni (dei quali fanno parte lo staff, i donatori acquisiti, e tutti i costituenti) ed esterni;
- definire gli obiettivi.

Per la stesura del piano di relazioni pubbliche è necessario partire dalla considerazione della *mission*: gli obiettivi della anp infatti derivano dalla *mission* dell'anp stessa.

È poi importante definire gli obiettivi suddividendoli in base ai tempi nei quali s'intendono raggiungere (breve, medio e lungo termine) e stabilire quali siano gli strumenti più idonei al

perseguimento di tali obiettivi. Ogni azione di relazioni pubbliche va pianificata in ogni singolo dettaglio, a partire dalla data in cui s'intende intraprenderla fino al risultato atteso.

La cassetta degli attrezzi delle relazioni pubbliche

Ci sono vari "attrezzi del mestiere" che devono essere di conoscenza non solo di chi concretamente gestisce le relazioni pubbliche nelle aziende non profit ma anche chi, manager, responsabile risorse umane, presidente ha ruoli decisionali nell'organizzazione delle medesime risorse nell'ambito della comunicazione.

Il portavoce

Come può una anp riuscire a trasmettere il proprio messaggio e la propria identità? Associando la propria immagine a quella di un portavoce.

Il portavoce può essere scelto fra due macrocategorie: si può affidare il proprio messaggio ad una persona che è stata aiutata dall'organizzazione, mostrando così concretamente l'operato dell'anp, o scegliere un *testimonial* noto. Il *testimonial* deve essere una persona famosa, ma soprattutto una persona che viene ammirata e stimata dal target obiettivo. Si pensi, per esempio, a Renzo Arbore come testimone, storico e ben identificato dal pubblico, della Lega del Fiolo d'Oro.

Il *testimonial* diventerà nell'immaginario comune l'immagine dell'anp. La scelta del portavoce o del *testimonial* richiede attenzione alle esigen-

ze dei mercato obiettivo ma altresì un pizzico di creatività.

Nella scelta del *testimonial* bisogna tenere presente che la maggior parte delle celebrità si lascia coinvolgere perché direttamente in prima persona sono stati toccati dalla problematica affrontata dall'anp o perché sono stati coinvolti dopo aver interpretato un determinato ruolo (nel caso di attori) o, come accade molto spesso, perché gli è stato chiesto come favore personale da qualcuno che conoscono.

Il comunicato stampa e gli altri strumenti stampa

Per scrivere un buon comunicato stampa è necessario tenere a mente che giornalisti ed editori selezionano le informazioni contenute nel comunicato stesso e decidono che cosa scrivere seguendo il gusto dei lettori e quello che potrebbe risultare più interessante per loro.

Un buon comunicato stampa, per essere preso in considerazione da un giornalista, dovrà prestare attenzione ad alcune regole:

- 1) lunghezza del testo ridotta: non più di 2 o 3 paragrafi corti;
- 2) presenza di "gancio" ovvero un'informazione interessante e curiosa in grado di catturare l'attenzione del lettore (feste o eventi che possono essere collegate alle iniziative dell'anp possono costituire fonte d'interesse per i giornalisti);
- 3) esclusività delle informazioni (se si decide di trasmettere alcune informazioni ad un giornalista è assolutamente controproducente informare anche altri giornalisti);
- 4) "format" professionale: se non traspare professionalità non verrà nemmeno letto;
- 5) eventuale presenza di foto: talvolta un'immagine vale più di mille parole.

Altri strumenti stampa utili per una campagna di relazioni pubbliche possono essere: il calendario d'eventi (il modo migliore per far apparire le attività di un'anp in un giornale), la disponibilità ad effettuare interviste, le conferenze stampa, gli articoli a tema e le lettere all'editore.

Mediakit e brochures

Il *mediakit* è uno strumento di promozione che svolge la funzione di fornire materiale informativo sull'anp utile al lavoro dei giornalisti.

Tra i diversi elementi che costituiscono il *mediakit* la brochure è sicuramente il più importante.

La brochure rappresenta infatti una sorta di "ambasciatore" dell'anp perché non fornisce solo informazioni sulla stessa ma trasmette lo spirito dell'associazione; obiettivo della brochure non è solo spiegare ciò che fa l'anp ma perché lo fa.

Come per gli altri strumenti di relazioni pubbliche, anche per la redazione di una brochure è fondamentale individuare il pubblico a cui s'intende rivolgersi e il messaggio che si desidera trasmettere.

La brochure va redatta con forma e modalità professionali prestando sempre attenzione al messaggio che vi è contenuto, ai colori, alla chiarezza della parte scritta, alla forza emotiva e chiarificatrice delle immagini scelte.

Newsletter

Rappresenta un mezzo ideale per mantenere un flusso d'informazioni con i costituenti dell'anp e per far sentire gli stessi parte dell'organizzazione.

La *newsletter* può creare un legame con i sostenitori e aggiornarli sullo stato di avanzamento dei progetti. I contenuti possono essere: il calendario con gli eventi, articoli su conferenze, foto di eventi recenti, report, profili delle personalità di spicco dell'organizzazione, rubriche con domande e risposte.

Le *newsletter* possono essere mensili, bimestrali, trimestrali e quadrimestrali. Con l'avvento di Internet molte anp hanno sostituito la *newsletter* cartacea con la mail, nella scelta di questa soluzione però è importante considerare tutti i segmenti presenti tra i sostenitori (anziani o persone poco avvezze all'uso del computer potrebbero non gradire).

Inoltre la *newsletter* elettronica deve essere inviata tenendo conto non solamente della caden-

za di invia ma anche del materiale contenuto in essa: non è necessario infatti inviare *newsletter* con informazioni non aggiornate, poco avvincenti o di dubbia utilità e potere di coinvolgimento sui sostenitori. Meglio inviare meno *newsletter* ma meglio targettizzate e con messaggio chiari, coinvolgenti a cui vengono aggiunte anche fotografie, video, resoconti e rendiconti dei progetti presentati.

Report annuale

Il report è in grado di dare al lettore una panoramica completa dell'organizzazione e del suo modo di operare.

L'utilizzo del report risulta molto utile nelle campagne di raccolta fondi, poiché esprime il modo di lavorare delle anp ed evidenzia le necessità della stessa.

Il report non deve essere confuso con il bilancio o con il bilancio sociale o con altre modalità di rendicontazione, deve essere inteso invece come un testo sintetico con schemi, grafici, fotografie ed evidenziazioni opportune delle parti di testo più significative con cui si vuole catturare l'attenzione del lettore.

Direct mail

È uno strumento molto valido che permette di ottenere dei risultati concreti.

Una campagna di *direct mail* è composta da tre elementi fondamentali: il prodotto/offerta, il pacchetto creativo e la lista. Per un'anp il prodotto/offerta consiste nell'invito all'azione poiché, ciò a cui generalmente mira una campagna di *direct mail* è l'ampliamento e il consolidamento del proprio gruppo di costituenti. Per promuovere il proprio prodotto è necessario pensare ad un messaggio di forte impatto emotivo che trasmetta una sensazione di urgenza, chi riceve il mailing deve essere spronato ad agire nell'immediato. Tuttavia l'elemento più importante che determina il successo o il fallimento di un'azione di *mailing* è la lista: il 60% delle iniziative è condizionato da questo fattore; è

pertanto indispensabile, per la buona riuscita del *mailing*, studiare una lista adeguata (a partire dai propri costituenti).

Avere un database funzionante, aggiornato è dunque alla base del successo di una iniziativa di *direct mail* che potrà perciò "sfruttare" le liste di nominativi inseriti nel database per inviare un messaggio "mirato" ai propri sostenitori.

Pubblicità

La pubblicità è uno strumento molto importante perché permette di esercitare un controllo sul proprio messaggio: mentre nelle relazioni pubbliche l'anp lascia che siano gli altri a descriverla e a promuoverla, con la pubblicità è l'organizzazione stessa che stabilisce cosa, come e quando dire.

Per riuscire a comunicare qualcosa al suo pubblico è molto importante che l'organizzazione focalizzi il proprio messaggio su un unico concetto.

Negli ultimi anni molte aziende non profit hanno acquistato o ricevuto in donazione spazi pubblicitari su quotidiani e riviste che spesso sono stati utilizzati per promuovere campagne specifiche sul tema della scelta dell'azienda non profit da sostenere con il Cinque per mille.

In questo caso è necessario saper "legare" bene il messaggio di sostegno all'organizzazione non profit, tramite il Cinque per mille, ad un progetto specifico. Spesso infatti si corre il rischio di voler promuovere solo il numero del codice fiscale dell'anp da inserire nella dichiarazione dei redditi, dimenticandosi che il donatore vuol capire prima di tutto dove andranno destinati i fondi che, tramite il Cinque per mille, devolgerà all'associazione.

Radio e tv

Nel decidere di affidare il proprio messaggio alla radio l'anp deve considerare come questo mezzo abbia dei target molto specifici e selezionati.

Questo strumento tuttavia si rivela molto utile

per determinate azioni quali, per esempio, la lettura di brevi comunicati stampa. Molte radio inoltre hanno degli spazi in cui annunciano gli eventi e le attività della settimana, tale spazio è per un'anp una possibilità di ricevere un po' di pubblicità gratis.

La tv al contrario, è uno strumento che permette di entrare a contatto con tutti i diversi segmenti di target. L'intervista o la messa in onda di un filmato rappresentano il modo migliore per parlare della propria organizzazione.

Sito Internet

È ormai indispensabile che tutte le organizzazioni non profit abbiano un proprio sito, non averlo può significare, agli occhi di possibili sostenitori, scarsa serietà.

Il sito dell'anp dovrà essere: chiaro e di facile lettura, veloce nell'aprirsi (non più di 8 secondi), di facile navigazione e dovrà contenere: informazioni sulla storia e la *mission* dell'anp, la biografia dei membri dello staff, informazioni sulle risorse, sui progetti attuati e sul loro stato di avanzamento, i report annuali, la brochure, un archivio delle notizie, dei comunicati stampa realizzati.

Eventi speciali

Gli eventi speciali e le cene costituiscono un passaggio fondamentale all'interno della campagna di raccolta fondi: cene ed eventi rappresentano però anche un piacevole momento di aggregazione tra i diversi costituenti e donatori dell'anp. La buona riuscita di un evento dipende dalla tempistica (per evitare di far coincidere il proprio evento con un'altra manifestazione), da un *timing* ben strutturato (con discorsi brevi) e da un invito differenziato *ad personam* (per far sentire ciascun invitato desiderato).

Monitoraggio della campagna di pubbliche relazioni

Come valutare il successo di una campagna?

Un metodo può consistere nel confrontare gli obiettivi raggiunti con quelli prefissati: se si hanno ben chiari questi ultimi risulta più semplice verificare il successo o meno della campagna di comunicazione.

Misurare solo i successi dell'attività di relazioni pubbliche risulta invece più difficile anche per i costi che comporta.

Un metodo però abbastanza semplice e accessibile anche a tutte le anp consiste nell'intervistare un gruppo campione prima e dopo le attività di pubbliche relazioni: in tal modo sarà possibile valutare, in scala ridotta, il cambiamento di percezione dell'opinione pubblica nei confronti dell'organizzazione.

Un altro metodo efficace ed economico può essere quello di comparare gli spazi acquisiti sui giornali (con articoli, interviste ecc.) prima e dopo la campagna.

Considerazioni conclusive

È evidente come la gestione delle relazioni pubbliche non sia un'attività a cui dedicare poche risorse e poco tempo.

Se l'anp sceglie di investire in questo specifico ambito è necessario che lo faccia con convinzione e con una precisa allocazione di adeguate risorse economiche e umane.

Spesso infatti le relazioni pubbliche sono il primo biglietto da visita, la prima immagine, idea che i potenziali donatori si creano dell'azienda non profit.

Avere dunque una brochure ben realizzata, un comunicato stampa chiaro, un sito Internet efficace, un database dei contatti stampa aggiornato sono alla base delle tante azioni di pubbliche relazioni che un'azienda non profit può porre in essere per ottenere più donazioni, contattare nuovi donatori. ■

* direttore master in fundraising
Università di Bologna
www.master-fundraising.it



LAVORO & SICUREZZA

Cooperativa-datore di lavoro e committente: responsabilità sulla sicurezza

di Aldo Monea*

La Cassazione penale fornisce un quadro interpretativo sia rispetto alla responsabilità del datore di lavoro di una cooperativa in caso di morte di un socio-dipendente in un ambito di appalto sia sul diverso ruolo tra committente ed appaltatore rispetto ai rischi sulla sicurezza sul lavoro.

Un socio-dipendente di una cooperativa, mentre svolge lavori sul tetto di un capannone, mette i piedi su un pannello di vetroresina, cade dall'alto e muore.

Dalle indagini svolte risulta che il lavoratore era socio dipendente di una cooperativa e che era stato incaricato di pulire la parte esterna di una canna fumaria, posta sul capannone di proprietà di una società.

Dagli accertamenti viene anche in evidenza che il dipendente si trovava ad operare al di fuori della passerella di camminamento e che era privo della relativa fune di trattenuta.

Emerge, infine, che la cooperativa-datrice di lavoro era assegnataria dell'appalto, da parte di una società profit, dei lavori di manutenzione e pulizia del capannone in questione.

Le decisioni di merito

Il Tribunale competente per territorio stabilisce, in primo grado di giudizio, la responsabilità della cooperativa ed, in specifico, del presidente di essa, perché, in qualità di assegnatario dell'appalto dei lavori di manutenzione e pulizia dei capannoni della società-committente e, quindi, come datore di lavoro del soggetto poi deceduto, non aveva provveduto colposamente ed in violazione degli obblighi in materia di sicurezza nell'ambiente di lavoro, a dare al socio-dipendente le informazioni necessarie circa i rischi specifici del lavoro e non aveva provveduto ad esigere che il lavoratore rispettasse le norme di sicurezza vigenti.

Il presidente della cooperativa viene condannato, di conseguenza, per omicidio colposo in danno del socio-lavoratore.

Lo stesso Tribunale assolve, parallelamente, l'amministratore della società committente, ritenendo che egli aveva assolto ai propri compiti in materia. In particolare, la prima sentenza di merito sottolinea che, in una situazione di lavoro caratterizzata da appalto, non compete al committente la vigilanza sul rispetto delle prescrizioni antinfortunistiche relative ai rischi specifici propri dell'attività dell'impresa appaltatrice.

È da segnalare che la sentenza di primo grado decide, in particolare, sulla base del testo

LAVORO & SICUREZZA

vigente all'epoca dei fatti, vale a dire dell'art. 7 del D.Lgs. n. 626/1994 e sue modifiche ed integrazioni.

Anche il secondo grado del giudizio, attraverso la decisione della Corte d'Appello competente, pronunciata nel 2005, aderisce, pienamente, a quanto deciso dai giudici di primo grado, confermando la sentenza integralmente.

Il ricorso in Cassazione

Contro la decisione d'appello propongono ricorso sia il presidente della cooperativa, avverso la condanna per omicidio colposo, sia gli eredi del lavoratore, per l'assoluzione dell'amministratore della società committente.

In particolare, il legale rappresentante della cooperativa contesta, tra i vari profili, che il difetto di informazione attribuito al datore di lavoro fosse stata la causa della morte del socio dipendente, sostenendo che l'evento si era determinato per un'autonoma ed imprevedibile iniziativa del socio, il quale invece di utilizzare i camminamenti presenti nell'impalcatura di protezione esistente, aveva, di propria volontà e non rispettando le informazioni avute dal datore di lavoro, scelto di camminare sul tetto senza imbracatura e con una scopa in mano.

La parte civile, da parte sua, ritiene che oltre al datore di lavoro-presidente della cooperativa, debba rispondere di quanto avvenuto anche il committente, il quale avrebbe dovuto vigilare sulla concreta attuazione delle misure di sicurezza adottate dalla cooperativa appaltatrice.

In particolare la tesi viene sostenuta sulla base di un'interpretazione della norma di legge in materia (come detto, l'art. 7 del D.Lgs. n. 626/1994 che è stato, di recente, trasfuso, con modifiche ed integrazioni non riguardanti però la norma presa in considerazione, nell'art.

26 del D.Lgs. n. 81/2008) secondo cui il committente, oltre al dovere di informativa, ha anche un dovere di promuovere la cooperazione ed il coordinamento degli interventi di prevenzione e protezione.

Il datore-appaltatore risponde se non ha impedito un evento che poteva impedire

La Corte di Cassazione, Sez. IV Pen., decide sulle censure proposte contro la decisione di appello, con la recentissima sentenza del 9 luglio 2009, n. 28197.

Quale il ragionamento svolto dalla Cassazione?

La Suprema Corte, innanzitutto, concorda con i giudici di appello relativamente al rapporto causa-effetto tra condotta colposa del datore di lavoro e l'evento infortunistico occorso al socio-dipendente.

Allo scopo la sentenza in esame, aderendo ad un consolidato orientamento di Cassazione, sostiene che il datore di lavoro non può considerare se stesso esente da colpa, sostenendo la condotta imprudente del lavoratore infortunatosi, quando ha posto una condotta illecita, nello specifico caso, consistente sia nella mancata informazione del lavoratore delle condizioni di pericolo esistenti nella zona di lavoro sia nel mancato controllo della stretta osservanza, da parte del dipendente, delle misure di sicurezza.

In sostanza, la Corte di legittimità sostiene, con la sentenza n. 28197/2009, che, nonostante si dimostri, eventualmente, una colpa del lavoratore, il datore di lavoro risponde, comunque, a causa della propria omissione di condotta, non avendo messo in atto un'attività diretta ad evitare l'evento. In parole più semplici, egli aveva la possibilità in concreto di impedire la condotta lavorativa altrui, ma non è intervenuto.



LAVORO & SICUREZZA

I PRINCIPI, IN SINTESI, AFFERMATI DA CASS., SEZ. IV PEN., N. 28917/2009

Il datore di lavoro non può considerarsi esente da colpa, ove anche vi sia stata un'imprudenza del lavoratore, quando ha posto una condotta illecita consistente, nello specifico, sia nella mancata informazione del lavoratore delle condizioni di pericolo esistenti nella zona di lavoro sia nel mancato controllo della stretta osservanza, da parte del dipendente, delle misure di sicurezza.

In regime di appalto, ciascun datore di lavoro deve applicare, nell'ambito delle attività proprie e non interferenti, le misure di sicurezza a favore dei propri dipendenti, senza che rispetto alle attività stesse possa richiedersi una condotta doverosa da parte del committente.

In questo senso emerge, ancora una volta, che il datore di lavoro deve salvaguardare l'incolumità del lavoratore non solo dai rischi derivanti da incidenti e fatalità, ma anche da quanto può scaturire dalle sue disattenzioni, imprudenze o disubbidienze ad istruzioni o a prassi raccomandate dal datore, purché esse siano connesse allo svolgimento dell'attività lavorativa.

Il ruolo del committente

Pur non essendo un profilo posto dal presidente della cooperativa risultano, in ogni caso, di grande interesse per il Terzo Settore, le cui realtà sono spesso impegnate come appaltatrici nell'ambito di attività indirette da un committente, le questioni giuridiche relative al differente ruolo, relativamente al regime di appalto, tra appaltatore e committente in materia di sicurezza sul lavoro.

Sul punto, com'è noto, il D.Lgs. n. 81/2008 ha ulteriormente "caricato" di obblighi i vari soggetti operanti. La sentenza in questione si basa, come già segnalato, sull'art. 7 dell'ormai abrogato D.Lgs. n. 626/1994, ma tale parte del testo normativo, "utilizzata" nella decisione in esame, è, come accennato, rimasta sostanzialmente immutata nel nuovo D.Lgs. n. 81/2008. L'art. 7 imponeva a tutti i datori di lavoro (quello committente e quello appaltatore) di promuovere il coordinamento degli interventi

di protezione e prevenzione dai rischi cui sono esposti i lavoratori, informandosi reciprocamente anche al fine di eliminare rischi dovuti alle interferenze tra i lavori delle diverse imprese coinvolte nell'esecuzione dell'opera complessiva.

Il nuovo D.Lgs. n. 81/2008, pur avendo aggiunto, come rilevante novità, che la promozione del coordinamento debba avvenire «elaborando un unico documento di valutazione dei rischi che indichi le misure adottate per eliminare le interferenze» e che la promozione debba riguardare, oltre il coordinamento, anche la cooperazione tra i datori di lavoro, ha, tuttavia, lasciato immutato (nel D.Lgs. n. 81/2008) che tale ruolo di promozione del committente non debba estendersi «ai rischi specifici propri dell'attività delle imprese appaltatrici o dei singoli lavoratori autonomi».

Come dire, il datore di lavoro-appaltatore deve preoccuparsi, in completa autonomia e con propria responsabilità giuridica, di mettere in sicurezza le proprie attività di lavoro, quando anche esse siano svolte in un contesto di appalto.

In questo quadro normativo la sentenza 9 luglio 2009, n. 28917 pone interessanti principi anche sui poteri-doveri del committente dei lavori dati da eseguirsi, in appalto, all'interno della sua azienda, chiarendo, indirettamente, tematiche giuridiche di una certa rilevanza per

LAVORO & SICUREZZA

le cooperative che risultino appaltatrici di lavori.

La prima questione è la seguente: ogni qualvolta un committente affidi un determinato lavoro ad un appaltatore in regime di appalto, egli, oltre a dover fornire dettagliate informazioni sui rischi specifici, deve anche cooperare con l'appaltatore nell'apprestamento delle misure di sicurezza a favore di tutti i lavoratori, qualunque impresa essi appartengano?

In questo senso la Cassazione è abbastanza chiara: cooperare tra committente ed appaltatore vuol dire «contribuire attivamente, dall'una e dall'altra parte, a predisporre ed applicare le misure di prevenzione e protezione necessarie», ma la cooperazione tra i due soggetti (committente ed appaltatore) richiesta dalla legge sulla sicurezza sul lavoro, «non può intendersi come obbligo del committente di intervenire in supplenza dell'appaltatore tutte le volte in cui lui ometta, per qualsiasi ragione, di adottare le misure di prevenzione prescritte a tutela soltanto dei suoi lavoratori».

Quando, infatti, «per la natura e le caratteristiche dell'attività commissionata», l'attività dell'appaltatore si svolge «in una zona o in un settore separato, senza che i rischi si estendano fino a coinvolgere i dipendenti del committente, quest'ultimo non ha alcun motivo di intervenire sull'appaltatore per esigere da lui il rispetto della normativa di sicurezza, surrogandosi allo stesso, qualora non vi provveda, o revocando l'incarico e interrompendo il rapporto».

Di conseguenza, la cooperazione tra committente ed appaltatore per eliminare e ridurre i rischi lavorativi riguarda esclusivamente i «rischi comuni ai lavoratori delle due parti» e ciascun datore di lavoro (quello committente e quello appaltatore) devono garantire la sicurezza sul lavoro, esclusivamente, dei propri

dipendenti e solo di ciò possono rispondere in sede giudiziaria.

Nel caso specifico, il lavoro di pulizia svolto sul tetto del capannone riguardava l'attività propria della cooperativa-appaltatrice e solo ad essa, quindi, competeva (si potrebbe aggiungere, in sede di commento, non emergendo interferenze lavorative con dipendenti di altri datori) il dovere di provvedere autonomamente alla tutela del proprio socio-lavoratore e la relativa responsabilità in caso di condotta negligente.

Considerazioni conclusive

La sentenza n. 28197/2009 conferma, pertanto l'interpretazione data dai giudici di appello, dichiara inammissibile il ricorso del presidente della cooperativa-appaltatrice dei lavori e, di conseguenza, dà «il via libera» alla condanna dello stesso per omicidio colposo, in conseguenza della sua condotta omissiva in relazione all'evento verificatosi.

In sede di commento si può dire che il «senso giuridico profondo» della decisione in esame è, per le cooperative operanti in regime di appalto (e chi li rappresenta legalmente), il seguente:

- esse devono esercitare, attraverso la struttura organizzativa della sicurezza (vale a dire, preposti ed eventuali dirigenti per la sicurezza), un attento e continuo controllo delle attività lavorative svolte presso aziende di committenti, impedendo, inoltre, ai soci-lavoratori di mettere in atto comportamenti negligenti;
- esse, inoltre, non possono «cadere nell'errore» di ritenere che, svolgendosi il lavoro presso luoghi di lavoro altrui, vi sia il committente a controllare l'operato dei lavoratori in appalto. ■

** avvocato, docente universitario*



BILANCI SOCIALI & CSR

Le proposte in termini di responsabilità sociale del global compact network

di Sergio Ricci*

Il Global compact network è un'iniziativa internazionale di responsabilità d'impresa promossa a partire dal 1999 dalle Nazioni Unite, che unisce oltre 4.600 tra imprese, agenzie internazionali, associazioni dei lavoratori e della società civile appartenenti a 120 Paesi con lo scopo di promuovere su scala globale la cultura della cittadinanza d'impresa e della responsabilità sociale.

L'iniziativa del Global compact network scaturisce dall'idea che le imprese con una visione strategica di lungo periodo orientata alla responsabilità sociale, all'innovazione e all'*accountability* possono contribuire ad una nuova fase della globalizzazione caratterizzata da sostenibilità e cooperazione internazionale in una prospettiva *multistakeholder* con impatti positivi sia sulle persone presenti nell'impresa che complessivamente sulla società. In concreto, le imprese aderenti a questo network *multi-stakeholder* si impegnano ad integrare nelle loro politiche, strategie ed attività, dieci principi relativi a diritti umani, diritti del lavoro, tutela

dell'ambiente e lotta alla corruzione. In Italia il *network* locale si è costituito dal 2001 ed attualmente, il Global compact network Italia è coordinato da Fondaca – Fondazione per la cittadinanza attiva (in tale veste, ha portato a termine una ricognizione sulla *policy*, i programmi e le attività di *corporate citizenship* delle aziende italiane aderenti al Global compact con l'obiettivo di delineare gli elementi caratterizzanti la *policy* di cittadinanza d'impresa delle aziende che aderiscono all'iniziativa).

Le proposte del Global compact network

La globalizzazione dei mercati è un processo legato allo sviluppo economico. Tuttavia a causa della mancanza a livello internazionale di istituzioni abbastanza forti da regolare il funzionamento del mercato, si è evidenziata una forte disparità nella distribuzione degli effetti economici che la globalizzazione ha portato con sé. Il Global compact ha cercato di definire regole comuni a tutela dell'ambiente, dei diritti umani e più in generale di tutta la società civile, che possono contribuire ad orientare il processo di globalizzazione in modo tale da combinare sviluppo e sostenibilità. Un elemento qualificante del Global compact network risiede nell'aver posto le imprese al centro di un *network multi-stakeholder* che ne solleciti e sostenga l'impe-

BILANCI SOCIALI & CSR

gno. Non può infatti essere completamente demandato alle imprese, tramite la responsabilità sociale, il compito di far coincidere crescita economica e sostenibilità, ma è necessario attivare processi, istituzioni, strumenti e *network* che in modo soft ma efficace promuovano e garantiscano l'impegno delle imprese. Ricordiamo che l'adesione al *network* è su base volontaria, ma non presenta elementi di valutazione, *performance* o certificazione ed infatti tale aspetto viene da loro stessi richiamato: «Il Global compact non è uno strumento di valutazione o di *performance*. Esso non fornisce una certificazione, né emette giudizi di *performance*. I partecipanti sono chiamati a presentare, nei loro rapporti annuali o in documenti di rendicontazione simili (per esempio, rapporto di sostenibilità), una descrizione delle modalità in cui si realizza il supporto al Global compact ed ai suoi dieci principi. Questa attività di rendicontazione è definita, nell'ambito del Global compact, come *communication on progress*. Il Global compact crede che tale tipo di apertura e trasparenza tra l'Ufficio ed i membri del *network*, possa avere un effetto positivo sulla proliferazione di buone pratiche in termini di sostenibilità e responsabilità sociale d'impresa da parte degli stessi partecipanti».

Come accennato sopra, le imprese che aderiscono al Global compact si impegnano ad integrare nelle loro politiche, strategie ed attività dieci principi relativi ai diritti umani, diritti del lavoro, tutela dell'ambiente e lotta alla corruzione. Entro due anni dall'adesione al Global compact, e successivamente ogni anno, le aziende sono tenute a redigere una comunicazione annuale, a condividerla con i propri *stakeholder* e a pubblicarla sul sito del Global compact. Pur non esistendo una procedura standard per la stesura delle comunicazioni annuali, il documento dovrebbe sempre e comunque prevedere nella sua struttura di base una serie di elementi minimi definiti dall'Uffi-

cio del Global compact (per esempio, presenza sul sito di una specifica dichiarazione sul continuo supporto al Global compact). Nel caso in cui ciò non avvenga, le aziende vengono etichettate come «non comunicanti». Per quanto riguarda la situazione italiana, il 76% delle aziende aderenti al Global compact è attivo, il che ha permesso di analizzare nel dettaglio trenta comunicazioni annuali relative all'anno 2007 di tutti i partecipanti italiani al *network* del Global compact. L'analisi ha permesso di verificare da un lato il livello di rispondenza formale ad una serie di requisiti minimi, dall'altra la presenza di una serie di elementi ritenuti essenziali per una rendicontazione che dia evidenza dei progressi fatti dall'impresa nell'implementazione dei dieci principi.

Il ruolo delle Onp nel Global compact network

All'interno di questo processo ricoprono un ruolo importante le organizzazioni non profit che spesso svolgono una funzione di compensazione degli squilibri generati dalla globalizzazione. Secondo i principi del Global compact network un ruolo importante possono avere le organizzazioni non profit, infatti «la società civile ed altri soggetti differenti dalle imprese (...), possono partecipare al Global compact mediante diversi strumenti di coinvolgimento previsti dal patto stesso, che includono i dialoghi politici, il *forum* di apprendimento, i *network* locali ed i progetti di *partnership*. Tali soggetti sono riconosciuti, a tutti gli effetti, come partner paritari ed importanti *stakeholder* all'interno del *network*, potendo quindi svolgere un ruolo cruciale in termini di promozione e sostegno di iniziative da parte di singoli o in *partnership*». Per informazioni: www.globalcompactnetwork.org ■

* consulente enti non profit



FONDAZIONI SOTTO LA LENTE

Fondazione Cassa di Risparmio della Provincia di Macerata

di Francesco Santini*

La Fondazione Cassa di Risparmio di Macerata opera in un territorio non ampio ma con una popolazione di oltre 300mila abitanti, risultando dunque simile, come contesto, a quello di alcune medie città italiane. Da ciò deriva la differenziazione nelle modalità di investimento.

Per la Fondazione, la cui opera non essendo "concentrata" su un unico Comune ma su un territorio che ne comprende 57, risulta essere di grande importanza una conoscenza ed analisi delle necessità del territorio di riferimento.

Ne è un esempio semplice ma ben descrittivo la capacità della Fondazione di operare, attraverso il proprio personale, l'acquisto di oltre 60 automezzi (autoambulanze, trasporto disabili, protezione civile) gestendo direttamente l'atto di acquisizione, con notevoli economie di spesa, e donando successivamente questi automezzi alle singole aziende non profit.

Tutto questo all'interno del progetto di rinnovo del parco automezzi obsoleti delle aziende non profit iniziato con l'anno 2008.

Il bilancio dell'anno 2008

In quindici anni di operatività la Fondazione Cassa di Risparmio della Provincia di Macerata ha distribuito oltre 44 milioni di euro sul territorio di riferimento di cui una parte preponderante è andata per il sostegno di attività nel campo artistico (14 milioni di euro) a conferma, come già espresso in precedenti articoli di questa rubrica, di come le fondazioni di origine bancaria in Italia siano fra i pilastri portanti di numerose iniziative artistiche ed anche culturali in tante città e province italiane.

Nel 2008 la Fondazione ha operato in un contesto finanziario molto difficile, già nel 2008 infatti si sono iniziati a sentire gli echi della futura crisi finanziaria tutt'ora attuale.

L'esercizio 2008 si è chiuso dunque con un avanzo pari a 11,67 milioni di euro registrando, rispetto ai corrispondenti valori dell'esercizio precedente, una contrazione di circa 0,66 milioni. L'avanzo di esercizio esprime, comunque, il secondo miglior risultato da quando è sorta la Fondazione dopo il record dello scorso anno (12,3 milioni di euro).

I proventi ordinari della Fondazione ammontano nel 2008 a 14,9 milioni di euro e comprendono i dividendi corrisposti dalla partecipata Banca delle Marche, per 10.016.616,47 di euro, quelli della Cassa Depositi e Prestiti per 780.000,00 di euro ed, infine, i proventi degli attivi finanziari per 4.176.614 euro.



FONDAZIONI SOTTO LA LENTE

Questo iniziale approfondimento di risultati economici e finanziari vuole dare risalto all'importanza per le fondazioni di origine bancaria, specialmente in questo periodo, di una oculata gestione del proprio patrimonio.

Le fondazioni di origine bancaria infatti hanno patrimoni considerevoli, anche se si prendono in considerazione solamente le più piccole fondazioni, se paragonati a quelli delle aziende non profit italiane, che come sappiamo soffrono spesso (è il caso di molte cooperative sociali) di sottocapitalizzazione.

Questo patrimonio non è un forziere a cui le aziende non profit devono dare l'assalto bensì l'assicurazione per le fondazioni di origine bancaria di essere capaci di erogare fondi nel futuro con un livello costante.

In un periodo di forte contrazione (per non dire di non distribuzione) degli utili delle banche di riferimento delle fondazioni di origine bancaria, la gestione oculata degli investimenti del patrimonio della fondazione è diventata quanto più necessaria.

Per gestione oculata si intende il saper investire una determinata fetta del patrimonio in fondi azionari, obbligazionari o altri tipi di investimenti, anche immobiliari, che abbiano rendite sicure in futuro: grazie alle rendite le fondazioni di origine bancaria potranno essere capaci di mantenere costante il livello di erogazioni alle aziende non profit.

La società strumentale: il braccio operativo di una fondazione

La Fondazione Cassa di Risparmio della Provincia di Macerata detiene il 100% del capitale sociale di Carima Arte Srl, che è una società strumentale. La società ha per oggetto l'esercizio di attività strumentali agli scopi statutari della Fondazione Cassa di Risparmio della Provincia di Macerata nei settori rile-

vanti della sua attività istituzionale. In particolare, essa cura, nell'ambito del settore dell'arte, il mantenimento della proprietà della collezione conservata nel Museo Palazzo Ricci, assicurandone, altresì, la fruibilità al pubblico dei visitatori. Essa, inoltre, può comprare e vendere opere d'arte, organizzare mostre, nonché porre in essere ogni altra attività comunque idonea alla valorizzazione del proprio patrimonio ovvero strumentale agli scopi della Fondazione; i rapporti con il socio unico sono disciplinati da apposita convenzione.

Sempre più fondazioni di origine bancaria stanno dando vita ad una o più società strumentali per operare nei settori rilevanti. Le società strumentali, al di là della possibilità di essere soggetti che possono portare a detrazione l'Iva (e considerando i volumi di investimento delle fondazioni di origine bancaria non è risparmio di poco conto) sono una possibilità concreta per le fondazioni di operare in determinati settori con progetti propri o coordinando/gestendo progetti di terzi.

I settori dove opera la Fondazione

La Fondazione Cassa di Risparmio della Provincia di Macerata ha scelto come settori rilevanti: salute pubblica, medicina preventiva e riabilitativa; arte, attività e beni culturali; sviluppo locale ed edilizia popolare locale; educazione, istruzione e formazione (incluso l'acquisto di prodotti editoriali per la scuola); volontariato, filantropia e beneficenza e come settori ammessi assistenza agli anziani; crescita e formazione giovanile.

Ancora una volta, se era necessario poi riconfermarlo, si evidenzia la scelta costante delle fondazioni di origine bancaria di investire nel settore dei beni culturali e dell'arte, settore che purtroppo vede ancora uno scarso e po-

FONDAZIONI SOTTO LA LENTE

co interessato mecenatismo (se si esclude l'ottimo lavoro del Fondo per l'ambiente italiano e di poche altre aziende non profit), e che si regge molto sulle possibilità economiche e sulle scelte di investimento delle fondazioni di origine bancaria.

Scelta questa che fa riflettere in quanto giustamente le fondazioni vogliono investire in un settore che vede l'Italia ai primi posti nel mondo per quantità di beni artistici presenti nel territorio, beni spesso sconosciuti o lasciati in stato di abbandono oppure poco e mal inseriti in percorsi di conoscenza turistica.

Le scelte della Fondazione: progetti propri e di terzi

Fra le scelte operative della Fondazione vi sono quelle di:

- privilegiare le iniziative realizzabili sia attraverso "progetti propri", sia attraverso il coordinamento e la gestione diretta, da parte della Fondazione, di progetti di terzi;
- riconoscere un particolare valore alle iniziative a carattere multisettoriale, ossia in grado di incidere su più di un settore di intervento della Fondazione.

Con riferimento ai settori sopra indicati, e al fine di soddisfare i bisogni del territorio di riferimento, nell'esercizio 2008 la Fondazione ha finanziato sia "progetti propri" che "progetti di terzi".

Ma cosa sono e come si distinguono queste due tipologie di progetti? I "progetti propri" in senso stretto sono quelli nati internamente alla Fondazione, e che poi questa realizza direttamente ed autonomamente ovvero con la collaborazione di terzi, nonché quelli proposti da altri soggetti e che vengono fatti propri per la loro rilevanza e meritevolezza.

I progetti di terzi sono invece quelli presentati dalle aziende non profit tramite l'apposito bando pubblicato annualmente.

Tra queste due categorie la Fondazione ne ha inserito una terza, intermedia si potrebbe dire, in cui confluiscono tutti quelli che, pur restando attribuibili ai "soggetti terzi", comportano una fase preliminare di coordinamento, di guida e gestione da parte della Fondazione che, pertanto, non si limita alla semplice erogazione di un contributo liberale in denaro, ma interviene attivamente fornendo anche un supporto diretto (per esempio nel caso dell'acquisto di apparecchiature sanitarie, di ambulanze e di mezzi di trasporto).

I progetti finanziati

Nel corso del 2008 si sono dunque assunte delibere di finanziamento per 6.200,00 euro così ripartite:

- salute pubblica 1.150.000,00
- arte 1.619.513,63
- sviluppo locale 818.386,37
- educazione, istruzione e formazione 314.600,00
- volontariato, filantropia e beneficenza 1.697.500,00
- assistenza agli anziani 420.000,00
- crescita e formazione giovanile 180.000,00.

Come già inizialmente dichiarato il settore "arte, attività e beni culturali" è quello che ha visto il maggior importo di erogazioni deliberate sia come da bilancio 2008 sia come erogazioni generali al settore dall'inizio dell'attività erogativa della Fondazione che risale al 1992. Sono stati erogati nel corso dell'anno oltre un milione e mezzo di euro pari al 35% del totale delle erogazioni effettuate.

In questo settore rientrano sia alcuni "progetti propri" (per esempio mostre, pubblicazioni, acquisti di opere d'arte, valorizzazione della pinacoteca di Palazzo Ricci ecc.) sia di terzi (mostre, concerti, rassegne teatrali e musicali, manifestazioni ecc.), oltre agli interventi di restauro e conservazione dei beni appartenenti

FONDAZIONI SOTTO LA LENTE

al patrimonio storico, artistico, archeologico ed architettonico. Interventi, questi ultimi, che inevitabilmente comportano di norma impegni finanziari considerevoli.

A seguire, nella graduatoria della distribuzione dei fondi vi è il settore “volontariato, filantropia e beneficenza” in cui, oltre allo stanziamento di 1.000.000,00 di euro per il “Progetto Speciale” riguardante la realizzazione di una struttura residenziale/assistenziale (destinata ad ospitare soggetti appartenenti alle categorie sociali deboli), si è proceduto a finanziare particolarmente l'acquisto di mezzi per il trasporto sociale e per la protezione civile destinati ad enti pubblici ed organizzazioni di volontariato della provincia di Macerata, nonché il sostegno a strutture deputate all'accoglienza e all'assistenza di soggetti svantaggiati.

Considerando anche i settori “assistenza agli anziani” e “crescita e formazione giovanile”, emerge che nell'esercizio 2008 la Fondazione ha destinato ben 2.297.500,00 euro al perseguimento delle finalità assistenziali e filantropiche in favore delle categorie sociali deboli, che nel loro complesso pesano per circa il 37% sulle erogazioni complessivamente deliberate. Anche in tali ultimi due settori le iniziative cui la Fondazione ha assegnato il maggior ammontare di risorse sono rappresentate dal finanziamento dei mezzi per il trasporto sociale e delle strutture destinate a soggetti deboli.

È interessante notare come nel 2008 la Fondazione ha portato a compimento il progetto, avviato fin dal 2007, che aveva lo scopo di supportare il periodico rinnovo del parco macchine degli enti pubblici e delle associazioni di volontariato operanti nel territorio provinciale nel campo dell'assistenza alle categorie sociali deboli e svantaggiate (anziani, disabili, giovani con problemi di emarginazione e reinserimento socio-lavorativo).

Tali tipologie di progetti sono utili in quanto

tengono conto della necessità delle aziende non profit di rinnovare il parco mezzi e dall'altra parte permettono la verifica anche dell'effettiva necessità dell'acquisto di un nuovo automezzo basandosi anche su eventuali metodologie di monitoraggio preventivo dell'assegnazione che vadano a verificare lo stato dell'automezzo obsoleto, il suo chilometraggio e le modalità e continuità d'uso. Nel bilancio della Fondazione dell'anno 2008 vengono anche precisati i numeri di mezzi acquistati, 62 mezzi, le tipologie di mezzi acquistati e le aziende non profit a cui sono stati destinati.

Nel settore “salute pubblica, medicina preventiva e riabilitativa”, la Fondazione ha destinato le risorse dell'esercizio 2008 a due linee di intervento principali:

- il finanziamento di ambulanze allestite per il servizio di emergenza-urgenza 118;
- il finanziamento di moderne apparecchiature sanitarie per le strutture ospedaliere pubbliche del territorio provinciale.

L'intervento della Fondazione in questo settore è attuato in modo autonomo e “mirato”, svolgendo trattative dirette con le ditte fornitrici per ottenere le migliori condizioni di fornitura ed il miglior rapporto prezzo-qualità, ed acquistando poi le apparecchiature per donarle infine alla stessa ASUR Regionale con destinazione alle varie zone territoriali. Il forte potere contrattuale di cui la Fondazione può disporre in sede di trattativa genera notevoli risparmi e, quindi, libera risorse da impiegare per ulteriori progetti in campo sanitario. Questa prassi implica indubbiamente uno sforzo maggiore da parte della Fondazione, ma fa sì che il budget di fondi a disposizione del settore permetta di produrre un rendimento notevolmente superiore a beneficio della collettività.

Per il settore “sviluppo locale ed edilizia popolare locale” la Fondazione ha destinato una rilevante parte delle risorse al finanziamento dell'edizione 2008 dell'evento “Herbaria”.



FONDAZIONI SOTTO LA LENTE

Inoltre, anche nel 2008, in collaborazione con la Camera di Commercio di Macerata sono stati finanziati svariati progetti a sostegno del territorio provinciale maceratese e del suo sviluppo oltretutto il contributo per la "Stagione Lirica 2008" concesso all'Associazione "Arena Sferisterio" di Macerata. Nel corso dell'esercizio 2008 la Fondazione ha poi sostenuto la realizzazione di vari convegni che hanno visto esborsi mai superiori a 2.400 euro per convegno. Fra le iniziative che sono a cavallo fra la cultura e lo sviluppo locale vi è anche la biennale "Tuttoingiochi" una serie di eventi culturali che si tengono a Civitanova Alta e che vedono protagonisti musicisti, pittori, scrittori all'interno di rassegne, mostre, convegni, semi-

nari e concerti. È dunque evidente come, non solo per la Fondazione della Cassa di Risparmio della Provincia di Macerata ma per tutte le fondazioni di origine bancaria che investono in arte e cultura, questo investimento abbia una doppia valenza: da una parte sostenere un settore, arte e cultura, che vede uno scarso mecenatismo privato in Italia, dall'altra sostenere il territorio locale. A maggior ragione, in un periodo di crisi come quello attuale è importante che le fondazioni finanzino o creino progetti artistico-culturali che abbiano una ricaduta economia reale sul territorio. ■

** docente master in fund raising
www.master-fundraising.it*

I PERCORSI OPERATIVI DI GUIDA AL DIRITTO

**NUOVA
EDIZIONE**



GUIDA AL NUOVO PROCESSO CIVILE DI COGNIZIONE

A cura di C. Cecchella

La **legge 18 giugno 2009, n. 69** (G.U. n. 140 del 19 giugno 2009, s.o. n. 95/L) recante "Disposizioni per lo sviluppo economico, la semplificazione, la competitività nonché in materia di processo civile" **ha innovato in profondità il codice di rito**. Il presente volume della collana "I Percorsi operativi" di Guida al Diritto ha il preciso intento di **fornire** a operatori della giustizia, avvocati, magistrati, commercialisti e altri professionisti, **una guida che offra un commento dal taglio multidisciplinare degli istituti del diritto processuale civile come riformati dalla novella del 2009**, utilizzando una metodologia espositiva che lo rende non confrontabile con i comuni commentari.

La trattazione, oltre a proporre una rigorosa rassegna critica di giurisprudenza e dottrina, conduce il lettore per i principali **nodii interpretativi attraverso la formulazione di questioni-pareri e rappresentazioni schematiche**.

La Guida affronta le regole del processo ordinario di cognizione di primo grado, del processo a cognizione piena del lavoro, delle locazioni, delle controversie societarie, della separazione e del divorzio. Del **processo sommario** è trattato il rito **cautelare** e **possessorio**, il rito **monitorio** e il rito di **camera di consiglio**.

Pagg. 572 – € 52,00

Il prodotto è disponibile anche nelle librerie professionali.

Trova quella più vicina all'indirizzo www.librerie.ilssole24ore.com

GRUPPO 24 ORE

La cultura dei fatti

LETTURE

a cura di Philanthropy Centro Studi (Università di Bologna)

Bernard Ross, Clare Segal

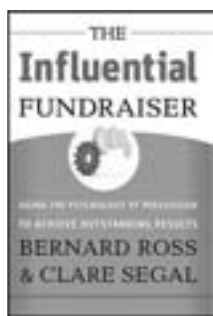
The influential fundraiser

Pagine 295

€ 33,74

Jossey Bass

San Francisco, 2008



John P. Kotter

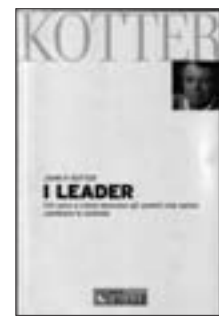
I leader

Pagine 160

€ 19

Il Sole 24 Ore

Milano, 2008



Sono pochissimi i libri che trattano il *fundraising* unitamente all'uso di tecniche psicologiche di relazione con il donatore. Questo testo è realmente innovativo per il settore del *fundraising* in quanto gli autori non si sono limitati a “mescolare” *fundraising* e psicologia, bensì hanno realmente integrato le tecniche di raccolta fondi con i principi della psicologia della persuasione prendendo spunto da ricerche scientifiche e da tecniche relazionali come la programmazione neuro-linguistica. Il testo è arricchito dalla concreta e reale esperienza come consulenti di *fundraising* degli autori che lungo i capitoli aprono delle vere e proprie finestre sul loro lavoro e su quello dei loro colleghi, rendendo operativi i consigli che vengono distillati nel testo. Da notare inoltre l'estrema facilità di lettura del testo che è sapientemente organizzato con un ampio utilizzo di schemi, di elenchi puntati e numerati e di una suddivisione dei capitoli che ricalca lo schema di base del libro. Gli autori infatti identificano in 5 fattori (le 5 parti del libro) il successo del lavoro del *fundraiser*: passione, saper chiedere i fondi (la proposta), preparazione, persuasione e insistenza (ma con delicatezza).

(Valerio Melandri)

Quello che manca oggi in molte aziende non profit è la figura dei leader; troppo spesso infatti le organizzazioni si sono legate a figure carismatiche o a portatori di ideologie o a “padri-padroni”. Il leader non è una figura isolata all'interno del panorama delle risorse umane di un'azienda non profit, bensì leader possono essere tutti colori che riescono a guidare il cambiamento sapendo esercitare il potere assegnato, sapendo delegare ai dipendenti i vari compiti e mansioni, sapendo sviluppare in ognuno di loro la creatività e l'iniziativa personale. Questo testo può aiutare tutte quelle aziende che sono alla ricerca di un cambiamento e lo vogliono ottenere attraverso l'identificazione di persone che sappiano lavorare e prendersi delle responsabilità. L'autore è riuscito a realizzare una guida per capire chi sono e come lavorano questi uomini che possono realmente incidere nel cambiamento di un'azienda non profit. Molto utili e pratici i capitoli sul come saper scegliere le strategie di cambiamento per quelle organizzazioni che vogliono darsi una struttura non più basata sul carisma o sul potere, bensì sulla più condivisa *leadership*.

(V.M.)

LETTURE

Ezio Margelli

Etico-munico



Pagine 180
€ 12
Sei
Torino, 2009

Finalmente un libro che raccoglie varie esperienze: prima di tutto quella dell'autore come consulente di varie aziende non profit (specificatamente di organizzazioni non governative) e poi l'esperienza e gli esempi delle campagne di comunicazioni create ogni anno dalle ong. Il libro risulta dunque essere un utile testo ricco di confronti tra le diverse metodologie di comunicazione delle aziende non profit italiane che andrebbe letto dai tanti operatori, responsabili *marketing* e *fundraising*, delle organizzazioni non governative italiane.

(Francesco Santini)

Renee Grant-Williams

Il potere della voce



Pagine 115
€ 14,95
Sangiovanni's
Milano, 2006

Catturare l'attenzione, farsi ascoltare, farsi capire. Tre necessità che sono proprie di qualsiasi operatore del settore non profit, da chi lavora a contatto con i beneficiari dei servizi (disabili, persone svantaggiate) a chi invece deve sollecitare nuovi fondi per il sostegno dei progetti (fundraiser, direttori marketing, presidenti). Questo libro potrà aiutare a fare proprie quelle tecniche per utilizzare al meglio uno strumento fantastico: la voce, ovvero la possibilità di dare una forza maggiore alle parole.

(F.S.)

Umberto Curti, Armando Ricci

Il perfetto marketing al computer



Pagine 259
€ 14
Lupetti
Milano, 2009

Gli autori riescono in questo testo a non riprodurre l'ennesimo libro sul marketing per le aziende non profit. Forniscono invece un vero e proprio manuale che da una parte esamina tante tematiche care al marketing: individuazione dei target, cura del cliente, uso dei mass media e della pubblicità, partecipazioni a fiere ed eventi, contatto *face to face* con il cliente; mentre dall'altra associa ad ognuna di queste tematiche la modalità informatica con cui renderle operative, per esempio come fare un'azione di marketing oppure come costruire una *mailing list*.

(F.S.)

IL SITO DI AI.BI.

Il nuovo sito di Ai.bi. (www.aibi.it) si distingue per una *home page* la cui parte "alta" è ben organizzata, un video su un progetto in atto, una serie di *banner* sul Cinque per mille ed un menu di navigazione chiaro. Interessante la scelta di inserire 4 opzioni di coinvolgimento del navigatore in una posizione di primo piano: adozione internazionale, affidamento, adozione spirituale (innovativa modalità mai vista prima d'ora su un sito internet di un'azienda non profit), sostegno a distanza.

I colori della grafica riprendono ovviamente il già noto logo di Ai.bi. La parte inferiore del sito soffre forse di un numero eccessivo di *banner* informativi e di quattro diverse, seppure utili, fonti informative (primo piano, news, dai progetti, dal *forum*). Le modalità di donazioni online sono ben poste in evidenza, sia con una scritta di colore differente dal colore principale del sito (arancione) sia per una differenziazione delle opzioni di donazione (bomboniere solidali, spazio aziende).

Il web 2.0 si limita alla presenza di un video caricato su Youtube inserito in un'area di grande visibilità: il canale di Ai.bi. su Youtube risulta comunque ben strutturato, sia nei contenuti che nelle opzioni grafiche scelte.

Valutazione: usabilità del sito 2/5; grafica del sito 3/5; chiarezza del contenuto 4/5; web 2.0 2/5

BORSA PROGETTI SOCIALI

Accesso alla conoscenza e comunicazione sociale: il dibattito è aperto

di Sara Annoni, Borsa Progetti Sociali

Settembre e ottobre 2009 all'insegna del dibattito e dei progetti innovativi, volti a sviluppare nuovi modi di comunicare, interagire, accedere alla conoscenza, formare e far conoscere le realtà del Sud del mondo.

Coopi Cooperazione Internazionale ha lanciato il progetto "NGO World Videos – Reportage dal Sud del mondo", con una giornata dedicata nel contesto del Milano Film Festival, di scena dall'11 al 20 settembre. NGO World Videos è un concorso per cortometraggi di comunicazione sociale, aperto a filmati sulle tematiche del Sud del mondo, prodotti o commissionati da Ong e associazioni umanitarie italiane ed internazionali. Suddivisi in cinque sezioni tematiche (ambiente; istruzione e sostegno a distanza; salute; diritti ed *empowerment* delle comunità locali; emergenze e attività di aiuti umanitari) i lavori sono stati selezionati da una giuria di esperti (composta da Alessandra Speciale - direttore del Festival del Cinema Africano, da Luciano Scaletari - giornalista di Famiglia Cristiana e da Ugo Panella - fotografo), proiettati durante il festival e approfonditi con i registi durante la tavola rotonda dedicata.

Francesco Quistelli, responsabile dell'Ufficio attività in Italia di Coopi, commenta così la nascita del concorso: «È il risultato di una lunga

esperienza di documentazione e di sensibilizzazione che Coopi svolge da molti anni con un approccio sempre più professionale. Ma soprattutto è il frutto di una certezza: la comunicazione visiva è essenziale nel panorama sociale contemporaneo ed è una grande occasione per la nascita e lo sviluppo di un pubblico sensibile alle tematiche del Sud del mondo». In molti condividono questa certezza, infatti, a questa prima edizione del concorso, hanno partecipato 37 video, di cui cinque selezionati: "Gli altri bambini" – Emergency, regia di Paola Chartroux (selezionato per la sezione "emergenze e aiuti umanitari"); "La lunga notte" - Medici con l'Africa Cuamm, regia di Nicola Berti (selezionato per la sezione "salute"); "L'Africa di Mamadou - Bambini nel deserto", regia di Davide Fonda (selezionato per la sezione "istruzione e sostegno a distanza"); "Acqua bene comune" - Terra Nuova, regia di Patrizia Wiese (selezionato per la sezione "ambiente"); "Millennium news" - Amref Italia, regia di Angelo Loy (selezionato per la sezione "diritti ed *empowerment* delle comunità locali"). I cortometraggi si possono vedere su YouTube oppure contattando Coopi (www.coopi.org/it/home/).

Le storie dei filmati

In "Gli altri bambini" Vauro Senesi traccia 6 ritratti di bambini che vivono in Paesi scossi



BORSA PROGETTI SOCIALI

COOPI - COOPERAZIONE INTERNAZIONALE

Organizzazione non governativa legalmente riconosciuta, nata a Milano nel 1965 e presieduta da padre Vincenzo Barbieri, che ne ha mantenuto nel tempo il carattere laico e indipendente. Opera in 22 Paesi del mondo (in particolare Africa, America Latina e Medio Oriente) portando avanti progetti che coprono più settori in modo integrato e sinergico: agricoltura, formazione, salute, acqua e igiene, servizi socio-economici, assistenza umanitaria, diritti umani e società civile, migrazione. Lavora sull'emergenza e lo sviluppo, supportando cioè le popolazioni colpite da catastrofi naturali e da conflitti armati, adoperandosi per innescare lo sviluppo civile, economico e sociale dei popoli più vulnerabili. Agisce anche in Italia, attraverso un'opera di sensibilizzazione sulle tematiche della povertà, della guerra, della pace, dei diritti, della solidarietà. Il tutto grazie all'impegno dei volontari, organizzati su base locale e al lancio di campagne di comunicazione *ad hoc*. Coopi ama definirsi una "Ong del fare": dal 1965 ad oggi, ha raggiunto 50 Paesi, realizzato 700 progetti di sviluppo ed emergenza, coinvolto 50.000 operatori locali, assicurando un beneficio diretto a 60.000.000 persone.

dalla guerra e dai suoi effetti. Ali, Asuda e gli altri ci guidano con i loro occhi e le loro storie nella paura che li ha attanagliati, nello stupore e nella speranza nascenti. In Sudan, Afghanistan, Sierra Leone, storie che raccontano i "veri effetti collaterali" dei conflitti. I filmati sono stati realizzati presso le strutture ospedaliere di Emergency dove i bambini erano ricoverati. Ne "La lunga notte" la tregua della guerra civile che ha insanguinato Yirol, stato dei laghi, portando morte e distruzione, malattia e fame, lascia spazio alla rinascita di un ospedale. Un piccolo grande intervento, in una terra dove la mortalità infantile e materna sono fra le più alte dell'Africa. Pensieri che danno voce al lavoro di tanti altri medici e volontari, grazie ai quali la gente di Yirol ha finalmente accesso a cure e servizi essenziali, dopo 25 lunghi anni di abbandono. E mentre il mondo parla di fame, malattie, crisi umanitarie, i potenti della terra elaborano strategie per aiutare i Paesi poveri. Ma solo chi vive sulla propria pelle la povertà estrema la conosce davvero. Con "Millennium news" AMREF ha chiesto ai ragazzi e ragazze delle baraccopoli di Nairobi di raccontare l'importanza di promuovere l'eguaglianza di genere e l'*empowerment* delle donne. La loro voce di

"giornalisti di strada", normalmente ignorata dal mondo dei media, ha finalmente trovato il modo per farsi ascoltare.

Nuovi metodi per comunicare

Proprio le nuove interfacce e metodi che agevolano l'accesso all'informazione, la formazione, l'istruzione a distanza in Paesi come l'Africa, sono i temi di discussione di "Mobile A2K". Tre giorni di meeting organizzati dalla Fondazione Lettera27 in programma dal 6 all'8 ottobre al Bellagio Center della Fondazione Rockefeller, a Bellagio, sul lago di Como. 23 guru dell'"accesso" si incontrano per confrontarsi sulle opportunità offerte dalla telefonia mobile, *software open sources* e piattaforme libere, *copyleft* e *user-generated contents*, applicate all'educazione formale e informale in territori come l'Africa. Studiosi, intellettuali e manager nei campi di scienze cognitive, media, IT, educazione, architettura e arte, insieme, per lo sviluppo di risorse, interfacce e contenuti. In questo tavolo di confronto tra competenze specialistiche e esperienze concrete, sarà fondamentale l'apporto di tre organizzazioni operanti in Africa, partner del progetto: "Chimurenga" con base a

BORSA PROGETTI SOCIALI

FONDAZIONE LETTERA 27, ROCKEFELLER FOUNDATION E BELLAGIO CENTER

Lettera27 è un'organizzazione non profit nata nel 2006 con sede a Milano. La sua missione è sostenere il diritto all'alfabetizzazione, all'istruzione e, più in generale, favorire l'accesso alla conoscenza e all'informazione. Lettera27 è la ventisettesima lettera, la lettera che manca, la lettera che non è ancora stata scritta, la lettera ibrida, lo spazio da riempire, il collegamento tra scrittura e oralità, la connessione con il futuro, l'intersezione tra analogico e digitale.

Per approfondimenti: si veda anche S. Annoni, «Reti informali di conoscenza», in *Terzo Settore* n. 6/2009, pag. 64 e il sito web www.lettera27.org

Rockefeller Foundation, fin dalla sua nascita nel 1913, opera negli Stati Uniti e in tutto il mondo. La sua *mission* è far sì che le opportunità scaturite dalla globalizzazione, siano accessibili al maggior numero di persone possibili, in luoghi differenti, e che le persone più fragili siano in grado e abbiano i mezzi per coglierle (www.rockfound.org/about_us/about_us.shtml).

Rockefeller Foundation ospita il Meeting internazionale Mobile A2K nel suo prestigioso Bellagio Center. Il Centro agevola l'interscambio di tradizioni e competenze differenti, la ricerca e l'innovazione, ospitando nel contempo scienziati ed artisti, teorici e professionisti. Favorisce il dialogo e la scoperta, il confronto e gli scambi di idee. Ispira un modo di pensare non convenzionale ed innovativo, focalizzato sulla ricerca di soluzioni non convenzionali, nell'ambito di cruciali tematiche globali. Coniuga la razionalità e la creatività, favorendo l'incontro tra persone provenienti da luoghi lontani e diversi, coinvolgendoli nella sfida di trovare un terreno comune di discussione che li stimoli ad ampliare i limiti della conoscenza e dei modi di agire collettivi. Nato nel 1959, il centro festeggia quest'anno il suo cinquantesimo anno di attività (www.rockfound.org/bellagio/bellagio.shtml).

Cape Town, South Africa (www.chimurengalibrary.co.za) che ha sviluppato, in collaborazione con African Center for Cities, "The African Cities Reader", pubblicazione che invita intellettuali, artisti, scrittori a raccogliere, fornire, scambiare informazioni sulle città africane. Oltre a "Chimurenga Library", una biblioteca virtuale di riviste che hanno influenzato i saperi in Africa www.chimurengalibrary.co.za.

Doual'art a Douala, Cameroon (www.doualart.org) produce invece opere *site-specific* in una delle città più complesse dell'Africa centrale. Sta inoltre sviluppando un progetto con Wikipedia e la compagnia telefonica MTN, in stretta collaborazione con giovani studenti e comunità locale. Kër Thioassane, con base a Dakar, Senegal (www.ker-thioassane.com) si occupa di arte e formazione all'uso e allo sviluppo di *software open source*, in stretto con-

tatto con organizzazioni senegalesi e con i centri culturali urbani indipendenti africani. Tutte e tre queste organizzazioni si distinguono per un innovativo approccio ai loro *network* (analogici e digitali) e un approfondito lavoro di costruzione di archivi sulle trasformazioni urbane. Oltre ad avere connessioni, obiettivi e capacità manageriali tali, da rendere sostenibili nel tempo i loro progetti e permettere di coinvolgere e attivare nuovi produttori di contenuti. Il meeting di ottobre è la prima tappa del progetto Mobile A2K (Access to knowledge) della Fondazione Lettera27, che mira a ottimizzare i metodi di accesso ai saperi, in particolari territori di sviluppo come l'Africa: potenziando le interfacce (per web e telefonia mobile) già esistenti e progettandone di nuove; sfruttando le tecnologie *open source* come strumento sociale, ad alto potenziale educativo; coinvolgendo esperti, istituzioni e imprese

BORSA PROGETTI SOCIALI

profit, interessate a confrontarsi e cogliere le opportunità che questo tema offre. Gli step successivi saranno la creazione di un *format* per esposizioni itineranti e interattive sulle trasformazioni urbane e un tour di mostre con avvio nel maggio 2010 in Senegal, in concomitanza con la Biennale di Arte Africana Contemporanea di Dakar, e poi Sudafrica, Cameroun, Italia, Francia e Stati Uniti.

Lo stupore nel vedere come si sviluppano in modo spontaneo e innovativo nuovi modi di comunicare e scambiare informazioni in Paesi come l'Africa, aiuta anche chi è abituato ad avere tutte le tecnologie possibili a disposizione, a riflettere sulle nuove potenzialità di questi mezzi e applicazioni in grado di essere utilizzate realmente come strumento sociale. ■



Borsa Progetti Sociali (BPS)

È un'iniziativa promossa da ALTIS - Alta Scuola Impresa e Società dell'Università Cattolica del Sacro Cuore, in collaborazione con le Banche di Credito Cooperativo Lombarde e la Regione Lombardia.

Borsa Progetti Sociali
 ALTIS

Università Cattolica del Sacro Cuore
 Via S. Vittore, 18 - 20123 Milano

Tel. 02.48104458

Email: borsaprogettisociali@unicatt.it

sito web: www.borsaprogettisociali.it

GUIDA ALLE RIFORME DEL PROCESSO CIVILE

NOVITÀ



IL NUOVO PROCESSO CIVILE

C. Cecchella

Aumento della competenza dei giudici di pace, nuovi limiti al ricorso in Cassazione, ammissibilità della testimonianza in forma scritta, cancellazione del rito societario, un calendario per il processo. Inoltre: rafforzamento dell'esecutività delle sentenze, un nuovo procedimento sommario di cognizione, deleghe per lo sfolgimento dei riti e rilancio della conciliazione.

Con la **legge 18 giugno 2009, n. 69** (G.U. n. 140 del 19 giugno 2009, s.o. n. 95/L), in vigore dal successivo 4 luglio, recante "Disposizioni per lo sviluppo economico, la semplificazione, la competitività nonché in materia di processo civile" sono state **approvate le nuove norme che ridisegnano il codice di rito.**

Il presente volume della collana "Guida alle riforme del processo civile" offre una **panoramica coordinata, sintetica e ragionata degli interventi di riforma e degli istituti coinvolti** alla luce anche del 'doppio binario' che si configura per quelle discipline che vedranno applicarsi ancora il vecchio rito.

Per offrire ai lettori una immediata percezione dei cambiamenti normativi, l'opera propone nel dodicesimo capitolo la **comparazione tra vecchia e nuova disciplina** servendosi del testo a fronte dell'articolato del Codice di procedura civile, delle Disposizioni di attuazione, del Codice civile e di tutti i provvedimenti interessati dalla legge di riforma. In Appendice, inoltre, è riportata la L. n. 69/2009, in modo da completare e facilitare l'opera di interpretazione dell'operatore e dello studioso.

Pagg. 224 – € 26,00

Il prodotto è disponibile anche nelle librerie professionali.

Trova quella più vicina all'indirizzo www.librerie.ilsole24ore.com

GRUPPO 24 ORE

La cultura dei fatti



NEWS

a cura di Adele Cardani, redazione Novecento Media

Campagna "IOsonopresente"

In occasione della Giornata Mondiale dell'alfabetizzazione, Terre des Hommes, attraverso il sito www.iosonopresente.it invita a lasciarsi coinvolgere in prima persona con un piccolo gesto di partecipazione: metterci la faccia.

Terre des Hommes storica Ong da cinquant'anni impegnata nella difesa dei diritti dell'infanzia nei Paesi in via di sviluppo, per il terzo anno consecutivo, con la campagna "IOsonopresente", lancia una sfida a tutti coloro che sanno che l'istruzione fa bene alla vita di ogni bambino e del suo Paese

e che credono che poter andare a scuola possa essere una forma di prevenzione, di protezione e un concreto investimento per il futuro.

Giulio Golia per primo ha raccolto l'appello di Terre des Hommes e ha messo il suo viso sul sito per sensibilizzare l'opinione pubblica sulla realtà di 72 milioni di bambini che a scuola non ci possono ancora andare a causa di guerre, povertà o vincoli culturali.

L'appello di Terre des Hommes è anche l'appello della *Global Campaign for Education*, la campagna internazionale alla quale l'organizzazione aderisce e che mira a una

vasta mobilitazione a livello mondiale di tutti i cittadini che, anche con un piccolo gesto, potranno essere coinvolti nella battaglia in favore del diritto di ogni bambino ad avere un'istruzione e un futuro.

Il tuo aiuto vale ore

"Il tuo aiuto vale ore": questo lo slogan dell'iniziativa che anche nel 2009 vede Saiwa a fianco di Aism: da inizio settembre fino a novembre l'azienda e i consumatori saranno coinvolti in una raccolta straordinaria di fondi per sostenere l'Associazione italiana sclerosi multipla. L'iniziativa si pone in continuità con quanto avvenuto nel 2007, quando, con lo slogan «Oro & Aism: facciamo rifiorire i gesti più semplici», Saiwa aveva donato 1.000 ore a un progetto di ricerca e terapia riabilitativa. Quest'anno, a testimonianza del crescente impegno nei confronti dell'Aism, l'azienda raddoppierà il proprio contributo portandolo a 2.000 ore di terapia riabilitativa. I consumatori potranno acquistare i prodotti della gamma Oro il cui *packaging* riporterà l'immagine dell'iniziativa contribuendo ad aumentare il monte ore di terapia riabilitativa donato dall'azienda.

Per informazioni: www.aism.it

Relais & Châteaux

Sono stati raccolti più di 145.600 euro nell'ambito dell'iniziativa «Il Gusto per la Ricerca».

Numerosi nomi di primo piano dell'alta gastronomia italiana si sono mobilitati a favore della Ricerca impegnandosi in una raccolta fondi presso il Ristorante Da Vittorio.

«Il Gusto per la Ricerca» (organizzazione senza fini di lucro istituita a Padova nel 2004 su iniziativa di Massimiliano e Raffaele Alajmo e Stefano Bellon) ha dunque deciso di donare 40mila euro (dei 145.600 euro raccolti) al centro di ricerca di Parigi *Institut du Cerveau et de la Moelle épinière* (Icm) che studia le patologie del cervello e della spina dorsale.

L'associazione Relais & Châteaux si è

assunta l'impegno di sostenere il lavoro dell'Icm per due anni, sia con un contributo finanziario sia promuovendo l'Icm tra gli associati e tra i clienti.

Alzheimer, Parkinson, sclerosi a placche, depressione, ictus, paralisi: le malattie del sistema nervoso e del cervello colpiscono 1 persona su 8. A partire dal 2010, l'Icm riunirà 600 ricercatori, nel cuore dell'ospedale Pitié-Salpêtrière di Parigi, dove si visitano annualmente 100mila pazienti affetti da problemi neurologici. La vicinanza malati-medici-ricercatori rappresenta una speranza e una ricchezza inestimabili e permetterà di sviluppare più rapidamente cure efficaci a tutto vantaggio dei malati.

Indice degli argomenti

Adempimenti

- 25** Iscrizione al Rea per gli enti non profit che svolgono attività commerciale
Sergio Ricci

Adempimenti fiscali

- 20** Agenzia delle Entrate
Provvedimento 2 settembre 2009 (*sintesi*)

Cinque per mille

- 21** Agevolazioni alle Onlus che fanno beneficenza
Cinzia De Stefanis

Comunicazione

- 43** Il reclutamento dei volontari nel Terzo Settore
Stefano Martello e Sergio Zicari

Cooperative sociali

- 19** Ris. Ag. Entrate
12 agosto 2009, n. 216/E (*sintesi*)

Disabili

- 23** Agevolazioni Iva su veicoli ed eredi
Luigi Corbella
- 28** Requisiti per il trasporto di persone disabili (*quesito mese*)
Luigi Corbella

Enti non profit

- 14** Basilea 2 per gli enti non profit
Roberto Giacinti

Erogazioni liberali

- 19** Ris. Ag. Entrate
3 agosto 2009, n. 199/E (*sintesi*)

Finanziamenti

- 39** La ricetta campana per risollevare le aree rurali: il turismo
Laura Bertozzi

Imposta di bollo

- 30** Esente tasse la documentazione per ottenere la "carta acquisti" (*quesito*)
Cinzia De Stefanis

Iva

- 23** Agevolazioni Iva su veicoli ed eredi
Luigi Corbella

Lavoro

- 51** Cooperativa-datore di lavoro e committente: responsabilità sulla sicurezza
Aldo Monea

Minori

- 8** Deliberazione 16 aprile 2009 (*sintesi*)

Misure anticrisi

- 9** Legge 3 agosto 2009, n. 102 (*sintesi*)



Onlus

- 19** Ris. Ag. Entrate
27 luglio 2009, n. 192/E (*sintesi*)

Prestazioni socio-sanitarie

- 20** Ris. Ag. Entrate
26 agosto 2009, n. 238/E (*sintesi*)

Raccolta fondi

- 47** Le pubbliche relazioni per non profit e fundraising
Valerio Melandri

Scuole paritarie

- 8** D.M. 18 marzo 2009 (*sintesi*)

Sicurezza sul lavoro

- 8** D.M. 26 maggio 2009 (*sintesi*)
9 D.Lgs. 3 agosto 2009, n. 106 (*sintesi*)
51 Cooperativa-datore di lavoro e committente: responsabilità sulla sicurezza
Aldo Monea

Società cooperative

- 11** Riforma in arrivo per le società cooperative
Romano Mosconi

Trust

- 34** Il trust con funzione di pubblica utilità tra le Onlus
Vincenzo Bancone



REGOLE E MANAGEMENT PER IL NON PROFIT

Direttore responsabile: MARCO TOMASETTA

Responsabile editoriale: EUGENIO NASTRI

(e-mail: e.nastri@novecentoweb.it)

Comitato di redazione:

Enrico Bellezza, Francesca Buscaroli, Giorgio Fiorentini, Valerio Melandri, Romano Mosconi, Salvo Pettinato, Adriano Propersi.

Realizzazione editoriale:

Novecento Media S.r.l.

Via Carlo Tenca, 7 - 20124 Milano

tel. 02.23002401 - fax 02.23002411

E-mail: terzosettore@novecentoweb.it

terzosettore@ilssole24ore.com

GRUPPO 24 ORE

Proprietario ed editore:

IL SOLE 24 ORE S.p.A.

Sede legale: Via Monte Rosa, 91 - 20149 Milano.

Presidente: GIANCARLO CERUTTI

Amministratore Delegato: CLAUDIO CALABI

Registrazione Tribunale di Milano n. 770 del 1° dicembre 2000.

ISSN 1724-210X

IL SOLE 24 ORE S.p.A. Le fotocopie per uso personale del settore possono essere effettuate nei limiti del 15% di ciascun fascicolo di periodico dietro pagamento alla SIAE del compenso previsto dall'art. 68 commi 4 e 5, della legge 22 aprile 1941 n. 633. Le riproduzioni effettuate per finalità di carattere professionale, economico o commerciale o comunque per uso diverso da quello personale possono essere effettuate a seguito di specifica autorizzazione rilasciata da AIDRO, Corso di Porta Romana n. 108, Milano 20122, e-mail segreteria@aidro.org e sito web www.aidro.org.

Abbonamento annuale (Italia):

Terzo Settore (11 numeri mensili): euro 125,00, per conoscere le altre tipologie di abbonamento ed eventuali offerte promozionali, contatti il Servizio Clienti (tel. 02.3022.5680 oppure 06.3022.5680; e-mail: servizioclienti.periodici@ilssole24ore.com). Gli abbonamenti possono essere sottoscritti telefonando direttamente e inviando l'importo tramite assegno non trasferibile intestato a Il Sole 24 ORE S.p.A., oppure inviando la fotocopia della ricevuta del pagamento sul c.c.p. n. 31481203. La ricevuta di pagamento può essere inviata anche via fax allo 02.3022.5406 oppure allo 06.3022.5406.

Arretrati: euro 22,50 comprensivi di spese di spedizione. Per richieste di arretrati e numeri singoli inviare anticipatamente l'importo seguendo le stesse modalità di cui sopra. I numeri non pervenuti possono essere richiesti via fax al n. 02 oppure 06.3022.5400 o via e-mail a servizioclienti.periodici@ilssole24ore.com entro due mesi dall'uscita del numero stesso.

Servizio clienti periodici:

IL SOLE 24 ORE S.p.A. Via Tiburtina Valeria (S.S. n. 5) km 68,700 - 67061 Carsoli (AQ).

Tel. 06.30225680 oppure 02.30225680.

Fax 06.30225400 oppure 02.30225400.

e-mail: servizioclienti.periodici@ilssole24ore.com

Pubblicità:

Concessionaria esclusiva di pubblicità Focus Media Advertising S.a.s. via Canova, 19 - 20145 Milano; tel. 02.3453.8183 - fax 02.3453.8184 - e-mail: info@focusmedia.it

Stampa:

Geca S.p.A., Via Magellano, 11 - 20090 Cesano Boscone (Mi).

Questo numero è stato chiuso in redazione il 7 settembre 2009.

Terzo Settore **INSERTO** UNO SGUARDO SUL NON PROFIT

Anziani soli: è allarme soprattutto nel Nord

di Lucilla Vazza

Né assistenza pubblica né privata: milioni di anziani sono privi di qualsiasi forma di sostegno. Non sono seguiti dalle strutture comunali né possono permettersi una badante. E l'emergenza questa volta riguarda soprattutto le donne e il Nord del Paese, con il 77% degli interventi erogati, a fronte del 13% dei servizi attivati nel Meridione.

Il Rapporto Filo d'Argento 2009, curato dall'Auser, fotografa anche quest'anno la situazione dell'assistenza alla terza e, in misura sempre più significativa, alla quarta età, e l'immagine che ne emerge è di un generale peggioramento delle condizioni degli anziani e di una maggiore incidenza del volontariato nell'erogazione dei servizi sul territorio. Dove però il volontariato esiste. Ed è per questo che i dati relativi al 2008 vedono un au-

mento delle richieste d'aiuto nel Settentrione. A Sud, ci si affida ai familiari o comunque, essendoci meno volontari, è meno capillare l'offerta di servizi del privato sociale. Nel 2008 i 40mila volontari di Filo d'Argento hanno realizzato circa 1,3 milioni di interventi di aiuto per l'erogazione di servizi reali in favore di 374mila persone "in difficoltà", soprattutto anziani. Nel solo Nord Ovest le chiamate sono state oltre 689mila. Rispetto al 2007

IN QUESTO NUMERO

- I** Anziani soli: è allarme soprattutto nel Nord
di Lucilla Vazza
- V** Così Cittadinanzattiva punta alla trasparenza nel rapporto con le imprese
di Teresa Petrangolini
- IX** Giornate di Bertinoro: l'economia civile nella società del rischio
a cura di Aiccon
- XII** Disabilità acquisita, un progetto per l'inclusione
di Matteo Faggioni e Alessandra Savio
- XVI** Occhi di riguardo per i terremotati in Abruzzo
di Glauco Galante
- XVII** "Work-family balance": punto di partenza per la società di domani
di Elisa Ajelli
- XIX** "Psicoradio": quando la cura è in modulazione di frequenza
di Lucilla Vazza

il numero degli interventi ha registrato un incremento del 3,1%, una variazione lievemente più alta di quella regi-



NUMERO DI INTERVENTI FILO D'ARGENTO 2008

Trasporto per fini sanitari	545.823
Consegna pasti	161.465
Trasporto per altri fini	178.054
Compagnia domicilio	92.438
Compagnia telefonica	76.323
Consegna spesa/medicinali	62.866
Aiuto disbrigo pratiche	45.533
Aiuti domestici	12.719
Aiuto violenza	493
Interventi socio-culturali	108.697
Totale	1.284.411

strata per gli utenti (3%). Il 60% degli assistiti ha più di 75 anni, sono soprattutto donne (quasi il 70%). Gli over 84 rappresentano il 15% degli utenti del Filo d'Argento.

Il grande problema per gli anziani italiani, oltre al bisogno di compagnia, è rappresentato dalla mobilità per raggiungere i servizi sanitari. Infatti, la me-

tà del totale degli interventi richiesti ed erogati sono di trasporto per visite mediche.

Accanto a questi bisogni "tradizionali", si affiancano nuove richieste, legate per lo più all'isolamento e alle condizioni di indigenza: gli anziani chiedono sempre più interventi per piccole riparazioni domestiche, assistenza al momento del ricove-

ro e delle dimissioni da ospedale, interventi per la sicurezza, accompagnamento. Tutti servizi a cui sopperiscono sempre meno le famiglie e che spesso le reti di prossimità territoriale non riescono a coprire. In questo contesto va letto il successo delle attività Auser attivate per l'emergenza caldo: nel 2008 circa 75mila utenti sono stati assistiti per problematiche legate alla calura estiva. Questo è anche un modo nuovo per fare volontariato: non più stampella degli enti locali, con progetti di interventi "imposti" dalle istituzioni, ma autonome iniziative a favore di chi ha specifiche necessità di sostegno.

Sul fronte sanitario, come detto, il problema dell'accesso alle strutture per operazioni di routine (analisi, esami, radiografie) è quello più sentito e per questo sono attivate numerose convenzioni, ma che spesso lasciano fuori le problematiche legate alle cure domiciliari per la non autosufficienza (parziale e totale), da pro-

INTERVENTI DI FILO D'ARGENTO E NUMERO DELLE PERSONE CHE HANNO UTILIZZATO I SERVIZI NEL 2008, SUDDIVISI PER AREA GEOGRAFICA

Area geografica	Persone che hanno utilizzato i servizi	%	Numero di interventi	%
NORD-EST	142.460	38,1%	302.685	23,6%
NORD-OVEST	145.562	38,9%	689.063	53,6%
CENTRO	72.746	19,5%	241.368	18,8%
SUD	13.245	3,5%	51.295	4,0%
Totale	374.013	100,0%	1.284.411	100,0%



INTERVENTI DI FILO D'ARGENTO E NUMERO DELLE PERSONE CHE HANNO UTILIZZATO I SERVIZI NEL 2008, SUDDIVISI PER REGIONE

Regioni	Persone che hanno utilizzato i servizi	%	Numero di interventi	%
Piemonte	32.945	8,8%	128.270	10,0%
Lombardia	110.805	29,6%	537.740	41,9%
Trentino Alto-Adige	1.581	0,4%	11.018	0,9%
Veneto	45.191	12,1%	98.914	7,7%
Friuli Venezia Giulia	6.426	1,7%	12.453	1,0%
Liguria	1.812	0,5%	23.053	1,8%
Emilia Romagna	89.262	23,9%	180.300	14,0%
Toscana	40.626	10,9%	177.086	13,8%
Umbria	2.360	0,6%	16.863	1,3%
Marche	29.049	7,8%	36.476	2,8%
Lazio	710	0,2%	10.943	0,9%
Molise	166	0,0%	270	0,0%
Campania	3.767	1,0%	23.730	1,8%
Puglia	427	0,1%	6.817	0,5%
Basilicata	2.162	0,6%	2.107	0,2%
Calabria	1.295	0,3%	4.263	0,3%
Sicilia	3.044	0,8%	7.395	0,6%
Sardegna	2.384	0,6%	6.712	0,5%
Totale	374.013	100,0%	1.284.411	100,0%

muovere in sinergia con interventi finalizzati al contrasto della povertà. «Siamo la voce degli anziani – ha sottolineato Michele Mangano presidente nazionale Auser – Il disagio cresce ogni anno e non si intravedono politiche adeguate e

programmate. Siamo fanalino di coda in Europa per l'assistenza agli anziani, ed è un triste primato. A questo quadro poco edificante si aggiunge la carenza di risorse con cui devono fare i conti gli enti locali che sono stati costretti a ridur-

re i servizi». Nel dettaglio, questi i principali risultati del secondo Rapporto su Filo d'Argento da Auser. La ricerca fa il punto sulle attività svolte nel 2008, e si è svolta in base a due filoni di analisi:
– in primo luogo, per rico-



struire l'universo degli utenti e dei servizi, sono state aggiornate

le statistiche elaborate nel 2008, durante la fase di realizzazione del

Rapporto di missione dell'Auser;

- è stata poi realizzata la seconda indagine campionaria (la prima è stata realizzata nel 2008 relativamente alle attività svolte da Filo d'Argento nel 2007), condotta su 25.783 utenti, allo scopo di approfondire le tematiche relative alle caratteristiche socio-anagrafiche delle persone che hanno utilizzato i servizi, e al ruolo svolto dai volontari di Filo d'Argento nei confronti degli utenti e nelle relazioni con gli enti locali.

Proprio dall'indagine campionaria emergono risultati significativi. Le persone assistite sono

soprattutto donne (il 69,4%) con un'età media superiore ai

65 anni, e vivono in grande maggioranza nel Nord del Paese (il 76%), specie in Lombardia, Veneto ed Emilia Romagna. Tutta-

via, negli ultimi anni è cresciuta la quota percentuale di persone residenti nel Centro Sud del Paese (+ 6% nel periodo 2005-2008) che si rivolgono ai volontari di Filo d'Argento. Aumenta, inoltre, rispetto al 2007 la percentuale di uomini assistiti da Filo d'Argento (ora il 30,6%); la crescita degli utenti uomini è un fenomeno che riguarda esclusivamente le aree del Centro-Nord, al Sud, invece, nell'85% dei casi, sono ancora le donne che si rivolgono ai servizi Auser. Significativamente, al momento dell'attivazione degli interventi di Filo d'Argento, la quasi totalità delle persone beneficiarie dei servizi (92,8%; + 2,4% rispetto al

2007) non è ancora inserita in un piano di assistenza pubblica, ne è assistita da altri soggetti privati. La restante quota riguarda utenti assistiti dai servizi socio-sanitari pubblici (5,5%) e da privati e cooperative sociali (1,7%).

Va sottolineato, invece, che ben il 28,8% delle richieste di informazioni e di aiuto pervenute a Filo d'Argento nel 2008 (poco più di 111mila su 386.345), proviene proprio da istituzioni pubbliche (Servizi sociali comunali, Asl e altri enti pubblici); ciò significa che questi enti, quando non sono in grado di intervenire per soddisfare il bisogno delle persone in condizioni di disagio, re-indirizzano, dunque, tali soggetti verso le associazioni di volontariato organizzate.

Le altre segnalazioni provengono dai diretti interessati al Servizio (il 55,4% delle richieste di aiuto), dai loro familiari (il 10,3%), dalle associazioni di volontariato e dai partner di Filo d'Argento (circa il 5,5%). ■

Il 28,8% delle richieste di aiuto nel 2008 proviene da istituzioni pubbliche

I CODICI DI GUIDA AL DIRITTO



**NUOVA
EDIZIONE**

CODICE DEL DIRITTO DI FAMIGLIA E DEI MINORI

A cura di S. Galluzzo

Pagg. 1.936 – € 41,00

Il prodotto è disponibile anche nelle librerie professionali.

Trova quella più vicina all'indirizzo

www.librerie.ilssole24ore.com

GRUPPO 24 ORE

La cultura dei fatti



Il vademecum diretto alle aziende partner dell'associazione per garantire la tutela del cittadino

Così Cittadinanzattiva punta alla trasparenza nel rapporto con le imprese

di Teresa Petrangolini*

Presentate le “Linee guida del rapporto tra Cittadinanzattiva e le imprese” che saranno parte integrante dei futuri contratti o lettere di intenti tra l'associazione e le aziende private. In totale, 44 regole generali relative a trasparenza, indipendenza, formalizzazione della collaborazione, codice del consumo, equità, integrità, benefici reciproci, valutazione, partnership, proprietà dei risultati del progetto, finalità e utilizzo delle linee guida.

In che modo e fino a che punto società civile e mondo delle aziende riescono ad interagire? La nostra esperienza ci suggerisce che non è difficile trovarsi d'accordo con le imprese sui principi generali (per esempio: no alla manodopera minorile, sì all'accesso alle cure garantito a tutti), ma poi nello svolgimento pratico e concreto di una relazione si registrano dei veri e propri “scivoloni”.

I fatti di questi ultimi anni, non a caso, dimostrano come il crescente dibattito sulla re-

sponsabilità sociale delle imprese non abbia impedito rovinose crisi aziendali e clamorosi crack finanziari, a testimonianza del fatto che forse la cittadinanza d'impresa non fosse presa sufficientemente sul serio, né tanto meno il coinvolgimento degli *stakeholder*. In particolare, una delle principali critiche mosse alle imprese riguarda la mancata

esplicitazione dei criteri con i quali decidono di avviare interlocuzioni, dar vita a partnership, promuovere sinergie. Se su questo fronte le aziende segnano il passo, perché non stimolarle con iniziative promosse dai loro stessi *stakeholder*?

Anche sulla base di queste considerazioni, Cittadinanzattiva ha intrapreso un processo volto ad una maggiore formalizzazione e trasparenza: nei confronti delle aziende, dei donatori, degli interlocutori pubblici, dei cittadini da tutelare in sede conciliativa.

Nell'ambito dell'annuale Seminario Internazionale sulla responsabilità sociale delle imprese di recente organizzato a Frascati insieme a Fonda-

ca e al Gruppo di Frascati per la responsabilità sociale d'impresa, abbiamo presentato le “Linee guida del rapporto tra Cittadinanzattiva e le

Le imprese non esplicitano i criteri per promuovere partnership e sinergie



LINEE GUIDA DEL RAPPORTO TRA CITTADINANZATTIVA E LE IMPRESE

Premessa

Cittadinanzattiva è un movimento di partecipazione civica che agisce per la tutela dei diritti umani, per la promozione e l'esercizio pratico dei diritti sociali e politici nella dimensione nazionale, europea e internazionale, per la lotta agli sprechi e alla corruzione, e ponendosi all'interno del vasto movimento consumeristico, per la tutela dei diritti dei consumatori e degli utenti a salvaguardia dell'ambiente, del territorio della salute e della sicurezza, individuale e collettiva (art. 1 dello Statuto).

Cittadinanzattiva è indipendente dal punto di vista politico, economico e sindacale, si finanzia grazie alle donazioni dei cittadini, alle quote dei suoi aderenti e a finanziamenti a sostegno di progetti e campagne di pubblica utilità da parte di enti pubblici e privati.

Per quanto riguarda le imprese private, non possono collaborare con Cittadinanzattiva quelle che producono o finanziano il mercato delle armi, o che fabbricano prodotti dannosi per la salute e imprese che risultano in maniera comprovata essere state coinvolte in episodi di corruzione con la pubblica amministrazione negli ultimi cinque anni.

Delle altre, invece, viene fatta di volta in volta una valutazione in base al profilo sociale ed etico ed alla strategia di cittadinanza d'impresa messa in atto.

Cittadinanzattiva è impegnata infatti dal 1999 sul tema della responsabilità sociale delle imprese, perché ritiene che le imprese, così come le organizzazioni civiche, debbano affiancare i governi nello svolgere attività di tutela dei diritti civili e umani di tutte le persone e della società nel suo complesso.

Il fatto che ci siano rapporti di collaborazione con un'impresa o un'istituzione pubblica su singole iniziative o campagne, non impedisce a Cittadinanzattiva di perseguire i propri fini legati alla tutela dei diritti dei cittadini e dei consumatori (anche quando ciò dovesse generare situazioni di contrasto).

Trasparenza

- Cittadinanzattiva intende essere trasparente nei confronti dei suoi interlocutori aziendali e da essi pretende la stessa trasparenza.
- La trasparenza si sostanzia nella precisa e preventiva informazione all'interlocutore aziendale sulla natura e sullo scopo dell'associazione e le attività che svolge e sulle regole che caratterizzano il rapporto con le imprese.
- Le imprese con cui Cittadinanzattiva collabora e da cui riceve finanziamenti per progetti e iniziative specifiche sono espressamente indicate sia sui materiali di comunicazione istituzionale (sito Internet e bilancio sociale) sia sui materiali prodotti *ad hoc* per i progetti o le iniziative specifiche realizzate insieme.
- L'uso del logo di Cittadinanzattiva da parte delle imprese partner, quando non sia strettamente legato alle specifiche attività oggetto di collaborazione, deve essere preventivamente concordato, come anche ogni testo che faccia riferimento all'associazione (come ad esempio comunicati stampa, siti web ecc.).
- Ogni forma di collaborazione deve essere conforme alla legge.

Indipendenza

- L'indipendenza di Cittadinanzattiva non può mai essere compromessa o rischiare di essere compromessa a causa della collaborazione con un'impresa.
- Le imprese non possono in alcun modo pubblicizzare i loro prodotti o servizi attraverso Cittadinanzattiva e le sue iniziative (nel materiale di comunicazione approntato, negli eventi pubblici e istituzionali ecc.).
- È consentita solo ed esclusivamente una comunicazione istituzionale, ossia del profilo sociale dell'impresa, ma senza alcun tipo di collegamento con le attività di natura commerciale.

Formalizzazione della collaborazione

- Cittadinanzattiva richiede alle imprese partner la condivisione della propria mission e il rispetto degli obiettivi, delle priorità e del proprio modo di lavorare.
- Ogni tipo di collaborazione con le imprese viene formalizzata in un accordo scritto, che può avere la forma di una lettera di intenti oppure di un vero e proprio contratto. Nel caso in cui l'impresa adotti una tipologia di accordo standard, questo può essere usato soltanto se ritenuto adeguato alla natura dell'associazione e alla legislazione di riferimento.
- L'accordo scritto deve includere i seguenti elementi: le attività che ciascuna delle due parti svolgerà; i risultati da raggiungere e la tempistica; l'entità del sostegno economico e le modalità e i tempi della sua erogazione; le modalità e la frequenza con cui le parti si terranno in contatto durante la collaborazione; i motivi e le modalità per le quali il rapporto di collaborazione potrebbe essere interrotto, sospeso o terminato; come verranno usate le risorse a disposizione se il progetto non fosse porta-

(segue)



LINEE GUIDA DEL RAPPORTO TRA CITTADINANZATTIVA E LE IMPRESE

to a conclusione; per quanto tempo e in quali termini l'impresa può riferire della partnership sia durante la sua esistenza sia dopo; in che modo la collaborazione può essere pubblicizzata; come il logo di ciascuna parte può o non può essere usato.

- Deve sempre essere identificata una persona dell'associazione e una dell'impresa che faccia da punto di riferimento per l'interlocutore.
- Qualora gli obiettivi non possano essere raggiunti a causa di eventi imprevisi o per ragioni non imputabili alle parti, le parti stesse si riservano di valutare il da farsi caso per caso.

Codice del Consumo

L'erogazione di finanziamenti può avvenire solo in coerenza e conformità al Codice del Consumo:

- per progetti ed iniziative diretti alla informazione, trasparenza degli strumenti contrattuali, assistenza e promozione dei diritti dei consumatori sui loro diritti e alla tutela dei loro interessi, come previsti dall'art. 2 c 1-2 del Codice del consumo;
- quando siano finalizzati al co-finanziamento di progetti approvati dalla Commissione europea, dal Ministero dello sviluppo economico dalle regioni e da altre istituzioni centrali e locali;
- per programmi di sviluppo delle procedure di conciliazione e risoluzione extragiudiziale del contenzioso tra consumatori e aziende;
- per iniziative di formazione dei quadri delle associazioni o di personale di società pubbliche e private su tematiche complesse.

Nello svolgimento di programmi sovra elencati resta impregiudicata la possibilità da parte di Cittadinanzattiva di ricorrere ad azioni di denuncia (pubblica o in sede giudiziaria) laddove si ravvisassero comportamenti lesivi dei diritti dei cittadini consumatori. Tali azioni sarebbero comunque sempre successive all'eventuale fallimento di un confronto aperto con l'azienda volto a rimuovere i comportamenti di cui sopra.

Equità

- Ciascuna delle due parti deve essere considerata uguale durante il rapporto di collaborazione.
- Ogni attività oggetto della collaborazione deve essere concordata.
- Non è ammesso alcun tipo di ingerenza da parte dell'impresa sulla base della sua maggiore disponibilità di risorse (umane, tecnologiche, economiche) nei confronti di Cittadinanzattiva, la cui reputazione va sempre rispettata e tutelata.
- Da questo punto di vista le parti sono da considerare uguali, in quanto il rapporto di collaborazione è realmente tale solo quando i due soggetti sono sullo stesso piano.
- Qualora la realizzazione di un progetto preveda anche rapporti con uno o più soggetti terzi, l'azienda può proporre e/o facilitare il coinvolgimento di rappresentanti di comunità scientifiche o associazioni di categoria nelle attività del progetto, senza però imporli.
- Eventuali gettoni di presenza o rimborsi a terzi vanno concordati preventivamente tra le parti.
- La tutela dell'immagine aziendale non può in alcun modo prevaricare la tutela della reputazione di Cittadinanzattiva.

Integrità

- Ogni attività di collaborazione tra Cittadinanzattiva e un'impresa deve essere diretta a tutelare i diritti dei cittadini e a soddisfare i bisogni dei soggetti individuati come beneficiari dell'attività oggetto di collaborazione.
- L'impresa non può in alcun modo usare l'associazione per i suoi fini commerciali.
- È richiesto ad ogni impresa che collabori con Cittadinanzattiva di assumere come obiettivo finale la tutela dei diritti dei cittadini.

Benefici reciproci

- La collaborazione tra Cittadinanzattiva e un'impresa è tale se entrambi i soggetti ne ricevono dei benefici.
- I benefici attesi devono essere esplicitati chiaramente prima della formalizzazione dell'accordo.
- Non è ammesso modificare in corso d'opera obiettivi specifici o benefici attesi in maniera univoca, ma solo discussa e concordata tra le parti.

Valutazione

- Tutti i progetti e le iniziative oggetto di collaborazione devono essere valutati rispetto al raggiungimento degli obiettivi concordati.

(segue)



LINEE GUIDA DEL RAPPORTO TRA CITTADINANZATTIVA E LE IMPRESE

- La valutazione può riguardare gli obiettivi di breve, medio o lungo termine.
- Le parti possono decidere di continuare la collaborazione anche se gli obiettivi di breve termine non venissero raggiunti, qualora ritengano che il senso generale e l'obiettivo finale del progetto non ne risultino compromessi.

La partnership

- Per partnership intendiamo "relazioni innovative tra organizzazioni pubbliche, private o civiche che comportano benefici reciproci e hanno lo scopo di raggiungere obiettivi sociali mettendo insieme le risorse e le competenze di ciascuno" (definizione del Copenhagen Centre). Si tratta, in altri termini, di rapporti tra soggetti diversi che, con l'obiettivo di raggiungere risultati con un alto valore sociale, sono disposti a condividere sia le opportunità che i rischi insiti nella relazione e nelle attività che si portano avanti insieme.
- Cittadinanzattiva tende a stabilire questo tipo di rapporti con gli enti privati ed è nel quadro di rapporti di questo genere che si iscrivono tutte le indicazioni contenute nel presente documento.
- Lealtà e dovere di informazione reciproca sono ulteriori pilastri dei rapporti di partnership.

Proprietà dei risultati del progetto

- I risultati dei progetti sono di esclusiva proprietà di Cittadinanzattiva.
- Il diritto di proprietà e/o di utilizzazione e sfruttamento economico dei file/sorgente nonché degli elaborati originali prodotti, dei documenti progettuali, della relazione conclusiva, delle creazioni intellettuali e dell'altro materiale anche didattico creato, inventato, predisposto o realizzato da Cittadinanzattiva e/o dai suoi collaboratori nell'ambito o in occasione della realizzazione di un progetto in partnership con un'impresa, rimarranno di titolarità esclusiva di Cittadinanzattiva.
- Quest'ultima potrà quindi disporre senza alcuna restrizione la pubblicazione, la diffusione, l'utilizzo, la duplicazione e la cessione anche parziale, con l'indicazione di quanti ne hanno curato la produzione. Detti diritti, ai sensi della legge n. 633 del 1991 "Protezione del diritto d'autore e di altri diritti concessi al suo esercizio" e successive modificazioni ed integrazioni, devono intendersi ceduti, acquisiti e/o licenziati in modo perpetuo, illimitato ed irrevocabile.
- Il partner ha la facoltà di utilizzare i dati raccolti per le proprie attività istituzionali (e in ogni caso mai commerciali), ma resta comunque fermo che i dati dovranno recare l'indicazione che sono stati prodotti da Cittadinanzattiva.

Finalità e utilizzo del presente documento

- Il presente documento è da considerarsi parte integrante di ogni accordo tra Cittadinanzattiva e una impresa.
- In caso di violazione di quanto stabilito in queste linee guida, Cittadinanzattiva si riserva la facoltà di prendere i provvedimenti che ritenga più opportuni, ivi inclusi l'interruzione del rapporto e/o la risoluzione del contratto.

imprese", che andranno a costituire parte integrante dei futuri contratti o lettere di intenti. In totale, ben 44 affermazioni, afferenti le seguenti 11 aree: trasparenza, indipendenza, formalizzazione della collaborazione, codice del consumo, equità, integrità, benefici reciproci, valu-

Si tratta di una sfida al mondo delle imprese responsabili

tazione, partnership, proprietà dei risultati del progetto, finalità e utilizzo delle linee guida. Dal nostro punto di vista una sfida al mondo delle imprese responsabili e ai loro stessi portatori di interesse, ma soprattutto nei confronti del nostro stesso modo di operare, convinti che esista una via

per dar vita a forme di collaborazione non solo conformi alla legge e al Codice del Consumo, ma anche capaci di rispondere con altrettanta trasparenza alla richiesta di rendicontazione (*accountability*) che le espressioni della società civile e le associazioni dei consumatori muovono nei confronti dell'operato delle imprese. ■

** segretario generale di Cittadinanzattiva*



16 e 17 ottobre: appuntamento con i protagonisti del non profit e della cooperazione

Giornate di Bertinoro: l'economia civile nella società del rischio

a cura di Aiccon*

Per il nono anno consecutivo ritornano le Giornate di Bertinoro per l'economia civile organizzate da Aiccon, l'Associazione italiana per la promozione della cultura della cooperazione e del non profit, ormai divenute un appuntamento fisso che riunisce i più significativi rappresentanti del mondo del Terzo Settore, dell'Università, delle istituzioni e delle imprese per l'analisi e il confronto sulle tendenze del settore. Quest'anno il tema al centro della due giorni sarà la crisi e il modo in cui l'economia civile ha agito finora e reagire in futuro nella società del rischio.

La nostra società globalizzata è sempre più orientata alla ricerca della privazione dalla preoccupazione, una ricerca che porta a generare e, allo stesso tempo, consumare sicurezza in ogni momento e contesto della nostra vita, alla stretta di una qualsiasi altra tipologia di bene. Tuttavia la parola "sicurezza" oggi è un termine molto più "vuoto" di quanto non si possa e si voglia pensare: la sicurezza, intesa come annullamento del rischio, non esiste; la fitta rete di intercon-

nessioni in cui siamo collocati quotidianamente non sempre ci vede protagonisti attivi e, quando anche lo siamo, non sempre possiamo essere certi dell'esito prodotto, in quanto troppo numerose sono le variabili da noi indipendenti che entrano in gioco in ogni singola situazione. Tuttavia, per la mente umana è impossibile realiz-

zare questa mancanza e, di conseguenza, l'ossessione dell'uomo di controllare la propria vita si è consolidata: ad oggi, però, la "ricerca di onnipotenza" umana ha conosciuto forse il più grande fallimento della storia moderna, ovvero la crisi finanziaria internazionale cui ci troviamo di fronte.

L'attuale crisi nasce da una situazione di *surplus* e contemporaneamente di *deficit*: da un lato, il sovrappiù rappresentato dalla ricchezza generata da un modello economico orientato soprattutto al profitto; dall'altro, la carenza nella società di concetti realmente fondamentali per il "ben-essere" della popolazione mondiale. La chiave per rileggere e reinterpretare una situazione come questa risiede nell'affidamento della ricerca di sicurez-

za e ben-essere alle istituzioni più consone a tal fine: istituzioni che possano contemporaneamente

È necessario sviluppare un orientamento all'economia civile e al Terzo Settore

| garantire ai cittadini sia sicu-



PROGRAMMA DELLA IX EDIZIONE DELLE GIORNATE DI BERTINORO PER L'ECONOMIA CIVILE

Le Giornate di Bertinoro 2009 si preparano a un ricco confronto a cominciare, venerdì 16 ottobre, dall'analisi delle soluzioni e proposte per uscire dal contesto di crisi attuale con le relazioni di Stefano Zamagni, Università di Bologna; Gustavo Zagrebelsky*, Presidente Emerito della Corte Costituzionale; Pier Luigi Sacco, Università Iuav di Venezia e Mauro Maggatti, Università Cattolica del Sacro Cuore.

Alle prospettive che la riforma del federalismo fiscale aprirà nella costruzione di nuovi modelli di *welfare* sarà dedicata la seconda sessione pomeridiana di venerdì 16 ottobre, alla quale sono stati invitati Luca Antonini, Università di Padova/Fondazione per la Sussidiarietà; Alessandra Staderini, Banca d'Italia; Romano Colozzi*, Regione Lombardia; Gianni Salvadori, Regione Toscana; Claudia Fiaschi, Presidente CGM e Paola Menetti, Presidente Legacoopsociali.

Infine, la terza sessione di sabato 17 ottobre sarà dedicata alle politiche sull'economia sociale che l'Europa è chiamata a realizzare ed implementare nell'immediato futuro, alla luce del Rapporto di iniziativa sull'economia sociale di mercato approvato lo scorso 19 febbraio a larga maggioranza dal Parlamento Europeo, che ha evidenziato come l'economia sociale oggi rappresenti il 10% del totale delle imprese europee, ossia 2 milioni di aziende di piccole e medie dimensioni pari al 6% dei posti di lavoro totali. Prevista la partecipazione di Leonardo Becchetti, Università di Tor Vergata Roma; Carlo Borzaga, Presidente Euricse – Università di Trento; Andrea Olivero, Portavoce Forum Terzo Settore; Alessandro Azzi, Presidente Federazione Nazionale Banche di Credito Cooperativo; Giuliano Poletti, Presidente Legacoop e Patrizia Toia, parlamentare europeo.

Per questa edizione le Giornate saranno la sede scelta dal Centro Studi Unioncamere per presentare una rilevazione in anteprima sul Terzo Settore dal titolo "economia civile e sviluppo: dimensioni e prospettive nella società del rischio".

(* in attesa di conferma).

Tutte le informazioni sono disponibili sul sito www.legiornatedibertinoro.it. Per richieste e iscrizioni, rivolgersi alla segreteria Aiccon: tel. 0543 62327; aiccon@poloforli.unibo.it

rezza che libertà (intesa in termini di capacitazioni e partecipazione). Ecco dunque che viene ad essere evidenziata, una volta in più, la stringente necessità di una riorganizzazione delle *forma mentis* della società globale.

È tempo di fare delle scelte, consapevoli delle conseguenze che esse portano con sé; in particolare, la scelta cui si auspica è quella, da un lato, di un cambiamento *verso* l'economia civile e contemporaneamente, dall'altro, di un'innovazione *interna* all'economia civile stessa. Sviluppare un orientamento all'economia civile e al Terzo Settore in un contesto di crisi finanziaria mondiale significa compren-

dere che questa tipologia di economia alimenta in sé quegli anticorpi di cui il sistema economico ha assolutamente bisogno per evitare degenerazioni patologiche e la paralizzante e generalizzata crisi della fiducia tra attori economici che stiamo vivendo oggi. La progressiva erosione che porta alla crisi avviene in parallelo a una progressiva deresponsabilizzazione.

Parallelamente, se è tempo per la società globale di tendere *verso* l'economia civile e i suoi soggetti, è anche giunto il momento per l'economia civile stessa di apportare al suo interno delle importanti innovazioni in grado di potenziarla e indirizzarla al suo sviluppo: in-

anzitutto, costruendo un'"identità", come frutto di scelta responsabile da parte dei soggetti interni ed esterni al Terzo Settore e successivamente risolvendo la questione della "rappresentanza" del mondo dell'economia civile. Una rappresentanza e una capacità di pressione forte è importante per affrontare quelle circostanze in cui si tratta di questioni generali in grado di apportare benefici o danni all'intero settore. Inoltre, l'economia civile e i suoi soggetti costituenti devono compiere un'ulteriore scelta, che è la seguente: continuare sulla via, fino ad ora battuta in prevalenza, per un *verso* di *advocacy* e, per l'altro *verso*, della supplenza – la c.d.



risposta ai fallimenti dello Stato e del mercato; oppure intraprendere con convinzione la via della soprannominata “costituzionalizzazione” del civile, che miri ad acquisire

uno statuto di autonomia e indipendenza attraverso il conseguimento di una soggettività anche economica, oltre che sociale e culturale. Infine, per far sì che il consolidamento dell'economia civile possa essere la risultante del cambiamento profondo della società

La soluzione è creare un mercato sociale dedicato chiamato “borsa sociale”

post-crisi, un altro punto cruciale è il rafforzamento da parte dei soggetti del Terzo Setto-

re sul fronte dell'indipendenza finanziaria: la soluzione proposta attualmente è quella di creare un mercato di capitali dedicato, chiamato “borsa sociale”, come punto di incontro tra domanda ed offerta di capitali che possano andare a finanziare un determinato gruppo di realtà socio-economiche, poiché l'indipendenza di azione passa anche dall'in-

dipendenza finanziaria di soggetti che per definizione sono economici e che in quanto tali hanno pienamente il diritto di essere scelti come soggetti degni di fiducia da parte degli investitori.

Alla luce dei questi cambiamenti viene riscritto il ruolo dell'economia civile, la quale è chiamata a risvegliare l'attenzione sul concetto di “bene comune” e a portare rinnovato interesse sulle tematiche che ruotano intorno a questo *modus vivendi*. ■

** Rossella De Nunzio,
ufficio stampa*

I CODICI DI GUIDA AL DIRITTO

**NUOVA
EDIZIONE**



CODICE DI PROCEDURA CIVILE E LEGGI COMPLEMENTARI

A cura di G. Finocchiaro

Il Codice, in questa **nuova edizione**, considera le **molteplici modifiche** intervenute a seguito della **nuova riforma del rito civile**. In tal senso, coinvolgendo più di 70 articoli e a distanza di pochi anni, il legislatore novella ancora sugli **istituti di cognizione** e di **esecuzione**.

Le nuove disposizioni, finalizzate ad ottenere un **processo più snello**, spaziano, in buona sostanza, dalle **competenze dei giudici di pace al procedimento sommario di cognizione**, dalle **regole per sanzionare le condotte dilatorie** all'**abolizione del rito societario**, dalla **testimonianza in forma scritta** ai **filtri per il ricorso in cassazione**.

Il volume contiene l'**articolato del Codice di procedura civile**, una **selezione di giurisprudenza delle Sezioni unite della Corte di cassazione**, numerosi **schemi e tabelle** di chiarimento e comprensione della norma, un'accurata **selezione di leggi complementari**.

Pagg. 2.080 – € 28,00

Il prodotto è disponibile anche nelle librerie professionali.

Trova quella più vicina all'indirizzo www.librerie.ilsole24ore.com

GRUPPO 24ORE

La cultura dei fatti



I risultati del progetto europeo Equal "La ghianda - Oltre il trauma" in Piemonte

Disabilità acquisita, un progetto per l'inclusione

di Matteo Faggioni* e Alessandra Savio**

Il progetto europeo di inclusione lavorativa dei disabili "La ghianda - Oltre il trauma" è stato finanziato dalla Regione Piemonte attraverso il Fondo sociale europeo, nell'ambito dell'Iniziativa comunitaria Equal, che ha come obiettivo la lotta all'esclusione sociale di fasce deboli di popolazione. Il progetto ha avuto la durata di 3 anni da luglio 2005 fino a giugno 2008.

"La Ghianda - Oltre il trauma" ha affrontato lo specifico problema della discriminazione nel mercato del lavoro per le persone con disabilità acquisita, persone normodotate che, a seguito di incidente, malattia, utilizzo di sostanze stupefacenti, perdono in parte le loro abilità. In particolare, nel progetto, si fa riferimento ai casi di mielolesione e cerebrolesione, e ai danni neurologici da uso di sostanze di sintesi, i cui esiti a distanza di tali eventi comprendono diverse disabilità: fisiche, neurologiche, psichiche, intellettive, comportamentali, relazionali. Secondo le stime dell'Oil (Organizzazione internazionale del lavoro), circa il 10% della popolazione

mondiale è disabile e secondo quelle dell'Ocse è disabile il 14% della popolazione in età lavorativa. Insieme al dato puramente quantitativo, l'alta percentuale di persone con disabilità, va anche considerato il dato qualitativo, relativo alla complessità che influenza il fenomeno.

Innanzitutto stanno aumentando i casi di disabilità di carattere acquisito. Mentre fino a pochi anni fa si tendeva a considerare le persone con disabilità come un gruppo indistinto, oggi si comincia a riconoscere che le

differenze tra le persone con disabilità sono tante e rilevanti, e gli specifici fabbisogni espressi dalle diverse tipologie di disabilità richiedono una maggiore articolazione e differenziazione dei progetti, delle azioni e dei servizi proposti.

Pertanto, nel corso degli ultimi trent'anni, si è verificato il passaggio da principi di assistenza, solidarietà, delega e rappresentanza, a quelli di libertà, autodeterminazione, partecipazione attiva alla vita sociale, processo accompagnato dalla revisione dello stesso concetto di disabilità; la sola evoluzione della terminologia, da handicappato a disabile, a persona con disabilità a diversamente abile, rende di per sé conto di questo processo di cambiamento.

È indubbio che, anche grazie all'impiego di nuove tecnologie e di nuovi strumenti di cura e di riabilitazione, la prospettiva di recupero di una vita attiva e indipendente appaiono praticabili in un numero sempre mag-

In aumento i casi di disabilità di carattere acquisito



giore di casi; tuttavia, per quanto il progresso scientifico avvantaggi le possibilità di inclusione sociale per chi è portatore di disabilità, altrettanto vero è che la disabilità è ancora oggi una condizione a rischio di esclusione. La condizione di disabilità acquisita non può essere equiparata a quella di disabilità esistente sin dalla nascita. La persona che acquisisce una disabilità, infatti, deve fare i conti con una nuova condizione invalidante che stravolge la sua esistenza. Il percorso di riabilitazione è spesso ostacolato dal rifiuto o dalla difficoltà della persona di accettare la nuova condizione, il che ha influenze sul grado di motivazione e di adesione al progetto riabilitativo e di conseguenza sui suoi stessi esiti. Il percorso di riabilitazione dunque non può prescindere dalla rielaborazione del cambiamento e dalla ridefinizione dell'immagine di sé. In tal senso, il lavoro può essere un mezzo per aiutare la persona che ha acquisito una disabilità a costruirsi una nuova identità e a riconoscersi in essa. Il lavoro è anche uno degli spazi in cui intrecciare rela-

zioni sociali e ritrovare un senso di appartenenza. Nella maggioranza dei casi le perso-

ne che acquisiscono una disabilità sono individui adulti; molto spesso si tratta di perso-

ne che avevano un impiego e che rischiano di perderlo proprio per aver acquisito una disabilità, perché le imprese, se non assistite, non sono disponibili né a mantenere il posto di lavoro né ad attribuire un nuovo ruolo a chi ha perso parte delle proprie abilità personali e professionali. La persona disabile è spesso considerata improduttiva e, più si allunga il periodo di inattività, più la persona rischia di perdere motivazione, competenze e contatto con il mondo del lavoro, isolandosi spesso rispetto ai diversi aspetti della vita sociale.

Nel corso dei tre anni di svolgimento del progetto, sono state realizzate diverse attività legate alla ricerca, alla presa in carico dei beneficiari, alla formazione di nuove funzioni professionali (il *peer supporter* e il mediatore al lavoro in ambito sanitario), sperimentazione del servizio (creazione di sportelli all'interno degli ospedali gestiti dai beneficiari, messa in opera di centri di mediazione al lavoro nei reparti di riabilitazione degli ospedali) e alla sensibilizzazione sul tema (eventi teatrali e realizzazione video con prota-

gonisti persone con disabilità acquisita, e un blog gestito direttamente dai beneficiari del

progetto).

Il progetto si è dato come obiettivo il reinserimento socia-

le e lavorativo di persone con disabilità acquisita attraverso:

- la valorizzazione delle abilità residue in funzione di un inserimento socio-lavorativo;
- la ricostruzione dei rapporti sociali, anche mediante l'offerta di attività culturali e ricreative.

In termini di risultati attesi, le strategie d'intervento studiate per "La Ghianda - Oltre il trauma" ambivano, come prima cosa, a migliorare le competenze personali e professionali della persona, perché le imprese possano considerarla anche come una risorsa e non solo come un obbligo imposto per legge.

Si è pertanto lavorato per ricostruire i rapporti sociali della persona che ha acquisito una disabilità, riscoprire le sue attitudini e valorizzarne i talenti, ricreare una routine nella quotidianità; in breve, per migliorare le capacità della persona divenuta disabile. A seguito del trauma la persona perde delle competenze, ma ne acquista altre, che possono emergere solo grazie al suo stesso impegno e al supporto di operatori competenti, solo se le viene data l'occasione di confrontarsi con il mondo, di agire, di apprendere nuovamente. Nel trattamento della condizione di disabilità acquisita devono essere coinvolte strutture differenti - sanitarie, assistenziali, formative, educative - che insieme concorrono nell'individuazione di percorsi di cura, riabilitazione, recupero e inserimento/reinserimento

La disabilità è ancora oggi una condizione a rischio di esclusione



La figura del “case manager” come mediatore dell’inserimento lavorativo

socio-lavorativo. La ricchezza garantita alla presenza di soggetti differenziati, che hanno l’indubbio vantaggio di offrire presta-

zioni specialistiche, spesso a causa della poca propensione dei soggetti coinvolti ad operare in collegamento e integrazione tra loro, rischia invece di tradursi in un’eccessiva frammentazione dell’intervento che ha conseguenze negative sugli stessi esiti.

Proprio nel tentativo di superare la separazione tra ambito sanitario e ambito socio-lavorativo e la frammentazione degli interventi di riabilitazione e inclusione, il progetto “La Ghianda – Oltre il trauma” ha istituito un servizio di mediazione all’inserimento socio-lavorativo, attivo già nella fase di riabilitazione ospedaliera, che funge da ponte verso i servizi territoriali specificamente deputati.

Il modello prevede che l’équipe multifunzionale delle unità ospedaliere prenda in carico i pazienti e si occupi della cura e riabilitazione psico-fisica finalizzandola il più possibile al reinserimento sociale e lavorativo. La logica è quella di prendere in carico la persona nella sua globalità, pensando alla riabilitazione fisica legata agli aspetti di relazione (rete), lavorativi (cosa devo fare per non perdere lavoro o per trovarne uno nuovo), sociali (co-

sa devo fare per non diventare escluso).

I principi metodologici a cui si è fatto riferimento lungo l’arco dell’intero progetto ri-

guardano:

- la presa in carico globale dell’individuo,
- la cura intesa come prendersi cura di (*to care*),
- il *case management* dell’inserimento lavorativo,
- il lavoro di rete (*networking*),
- il *peer supporting*.

Il presupposto è che solo una presa in carico globale del paziente e un approccio integrato di rete consentono di erogare una riabilitazione che porta la persona ad un effettivo recupero e reinserimento socio-lavorativo.

La consapevolezza è che la riabilitazione è sempre un progetto che richiede grandi sforzi a tutti: la persona che ha acquisito una disabilità, la sua famiglia, i suoi affetti, gli operatori sanitari e sociali.

La figura chiave per la realizzazione di un progetto di questo tipo è il “*case manager*”, così come implementato con “La Ghianda – Oltre il trauma” come mediatore dell’inserimento lavorativo. Il mediatore al lavoro è una persona individuata nell’équipe multi-professionale all’interno del reparto di rianimazione e formato per svolgere, o coordinare nel ca-

so sia inserito o collegato a reti multidisciplinari, un’azione di analisi dei requisiti che permettono l’accesso ai servizi e di valutazione dei bisogni che determinano l’attivazione di risorse e agevolazioni, nonché delle aspettative del soggetto nella presa in carico finalizzata al mantenimento del posto di lavoro o alla ricerca di una nuova occupazione.

Non è gerarchicamente sovraordinato rispetto agli altri operatori specialisti chiamati a intervenire sul caso, che mantengono la loro competenza specifica, ma facilita la comunicazione tra i componenti dell’équipe interna e della rete, per agevolare l’assunzione delle decisioni rappresentando *in primis* gli interessi del beneficiario finale.

In sintesi, si può descrivere il ruolo come “regista” dell’intervento sul caso, dotato delle risorse e delle competenze necessarie per lo svolgimento di questo ruolo che si pone in una logica di rete con le risorse informali e private che sostengono l’utente, con l’insieme dei soggetti coinvolti nella costruzione del progetto personale del beneficiario, facendo riferimento alla rete naturale (la famiglia), la rete informale (amici, conoscenti, colleghi ecc.), la rete formale del pubblico, del privato o del privato sociale (operatori dei diversi servizi coinvolti direttamente o indirettamente). Assume pertanto fondamentale importanza la capacità di coordi-



nare, attraverso l'attivazione di una rete di interventi formali ed informali, l'insieme delle azioni che portano a risolvere i problemi dell'utente. Si tratta di una professionalità che rappresenta l'aggregazione di compiti tradizionalmente suddivisi fra operatori diversi delle politiche attive del lavoro e delle politiche sociali e che comporta un arricchimento delle responsabilità in funzione delle esigenze particolari determinate dalla condizione di disabilità o di svantaggio degli utenti cui è rivolta.

Durante la sperimentazione del progetto si è potuto constatare come una presa in carico già nella fase riabilitativa ha permesso che molti beneficiari non perdessero il posto di lavoro (grazie a un supporto all'azienda), anche se con mansioni diverse dalle precedenti, e che altri si potessero approcciare a un nuovo posto di lavoro anche grazie allo strumento del tirocinio promosso dai centri per l'impiego.

Per rendere possibile tutto questo è necessario che gli operatori sanitari non siano lasciati soli nel prendersi carico dei pazienti, ma intorno alle strutture mediche deve

essere organizzata una rete di supporto costituita da enti diversi. L'operatore della riabilitazione, sia esso di un ospedale o di un Sert non può e non deve

sostituirsi agli esperti che già esistono sul territorio.

A tal fine il progetto "La Ghianda - Oltre il trauma" ha visto la partecipazione di diverse organizzazioni e di differenti figure professionali tramite la costituzione di una *partnership* di sviluppo e di una forte rete a supporto.

La *partnership* del progetto è costituita dal capofila Enaip Piemonte, ente di formazione accreditato e con comprovata esperienza nell'orientamento professionale e nel bilancio di competenze, che, oltre a mettere in campo competenze ed esperienza, ha avuto il ruolo di coordinamento dei vari attori coinvolti; dall'Opera Don Calabria di Verona (formazione al lavoro, educazione, riabilitazione, sport, tempo libero ecc.), dall'Ospedale Maggiore di Novara (Unità Riabilitazione, Dipartimento Post-Acuzie di Novara), che avevano già lavorato insieme ad un precedente progetto Equal, a cui si sono uniti, per l'esperienza di lavoro specifico con il target dei soggetti con disabilità a seguito di trauma

cranico, l'Associazione Bip Bip Onlus che opera all'interno dell'Azienda ospedaliera Cto di Torino

(interventi di prevenzione e riabilitazione su pazienti traumatizzati cranici e spinali) la cooperativa Cast (consulenza, animazione, spettacoli teatrali)

ed Eclectica - Comunicazione, formazione e ricerca. Il progetto si è avvalso inoltre di una rete formale di sostegno all'iniziativa, composta da soggetti che:

- potessero recepire il modello e collaborare alla diffusione a livello di enti pubblici. Con questa finalità sono stati coinvolti la Provincia di Novara e il Comune di Torino;
- potessero garantire una diffusione del progetto presso le aziende, per agevolare la ricerca di posti di lavoro in cui inserire i beneficiari finali (*matching*). I partner con questa funzione principale sono stati: la Camera di Commercio, la cooperativa K2 e la cooperativa Pari Go Onlus;
- lavorano per il recupero/riabilitazione, in possesso quindi di esperienze e conoscenze significative sul target di riferimento. I partner individuati con questa finalità sono stati l'Ospedale Cto Maria Adelaide di Torino, la cooperativa Puzzle, il Sert - Asl 7 di Chivasso (To).

Un ulteriore contributo (in fase di formazione e realizzazione degli inserimenti), anche se non formalmente aderente alla Rete del progetto, è stato fornito dalla Provincia di Torino e dai suoi centri per l'impiego. ■

** Enaip Piemonte, responsabile politiche sociali*

*** Enaip Piemonte, servizio progettazione*

L'importanza di una rete di supporto costituita da enti diversi



Iapb Italia Onlus e Corpo Forestale offrono cure oculistiche gratuite a L'Aquila

Occhi di riguardo per i terremotati in Abruzzo

di **Glauco Galante***

Il sisma abruzzese si è trasformato anche in un'emergenza sanitaria. Per questo l'Agenzia internazionale per la prevenzione della cecità fornisce assistenza oculistica ai terremotati con speciali camper attrezzati.

Teniamo d'occhio i terremotati abruzzesi: a qualunque età possono sottoporsi a una visita oculistica gratuita. È ciò che avviene a L'Aquila tutti i giorni, a partire dal 10 aprile, quando è arrivato in città il primo camper attrezzato ad ambulatorio oculistico (Unità mobile oftalmica) dell'Agenzia internazionale per la prevenzione della cecità-Iapb Italia Onlus. Alla fine di aprile l'impegno per un'assistenza oftalmica continuativa è triplicato: a L'Aquila è giunta una seconda Unità mobile, a cui se ne è affiancata una terza del Corpo Forestale dello Stato. Al momento in cui scriviamo le strutture sanitarie mobili sono a disposizione dei terremotati presso il parcheggio dell'Ospedale S. Salvatore (dalle 8 alle 20). Infatti, quest'ultimo nosocomio è stato solo parzialmente riaperto a causa dei danni ri-

portati in seguito al sisma dello scorso 6 aprile.

Per esprimere la nostra solidarietà siamo intervenuti aiutando chiunque avesse problemi oftalmici: da chi è stato ferito agli occhi a chi accusava disturbi più lievi. Inoltre, assieme all'Unione italiana dei ciechi e degli ipovedenti è stato possibile fornire gratuitamente occhiali – grazie a un accordo con gli ottici locali – a quei terremotati che non li hanno potuti recuperare nelle proprie case. Nei giorni successivi al terremoto hanno chiesto aiuto soprattutto persone con gli occhi pieni di polvere e altri corpi estranei. Le Unità mobili, in cui lavorano medici abruzzesi, hanno successivamente consentito di curare, per esempio, la congiuntivite virale: sicuramente il sovraffollamento delle tendopoli ha reso più rapido il

contagio (tra l'altro la Iapb Italia Onlus ha fornito gratuitamente una serie di farmaci).

Lo scorso 30 aprile è stata inaugurata l'Unità operativa oftalmica alla presenza di Guido Bertolaso, Capo del Dipartimento della Protezione Civile dello Stato. Scopo precipuo della Iapb Italia Onlus è quello di prevenire la cecità, che secondo l'Oms nel mondo si può evitare nell'85% dei casi (la Sezione italiana dell'Agenzia è stata riconosciuta ufficialmente dallo Stato con la legge 28 agosto 1997, n. 284). A questo fine vengono portate avanti periodicamente campagne di visite oculistiche gratuite e di sensibilizzazione, che mirano a scongiurare il dramma della disabilità visiva. Concludendo, riteniamo essenziale prevenire e curare le patologie oculari soprattutto nelle zone disagiate, a partire da quelle colpite dal sisma. Per ulteriori informazioni: numero verde 800-068506, www.Iapb.it. ■

** Agenzia internazionale per la prevenzione della cecità-Iapb Italia Onlus, responsabile comunicazione*



Uno studio per promuovere nuovi strumenti per conciliare i tempi di famiglia e lavoro

“Work-family balance”: punto di partenza per la società di domani

di Elisa Ajelli*

La Fondazione Marco Vigorelli presenta uno studio dedicato al bilanciamento della vita lavorativa con le responsabilità familiari, un punto di partenza verso la progettazione di nuove iniziative a sostegno del “work-life balance”. Il libro “Corporate Family Responsibility e work-life balance” di Guglielmo Faldetta dimostra come la responsabilità di impresa verso i collaboratori passi attraverso la creazione di relazioni stabili e forti tra dipendenti e azienda e vada oltre il rispetto dei diritti individuali.

Chi ha conosciuto Marco Vigorelli, economista noto a livello internazionale e senior partner di *Accenture*, sa che non sarebbe rimasto a guardare in uno scenario di recessione globale in cui i richiami a un'etica del comportamento professionale giungono in modo trasversale e continuo, in Italia e negli altri Paesi, coinvolgendo ogni ambito economico e finanziario. Già nel suo libro “La strategia competitiva per l'Europa” proponeva una riflessione

sul fine dello Stato e del sistema economico, e chiedeva al lettore di riflettere su quali indicatori misurano il livello di successo di un Paese.

La Fondazione Marco Vigorelli ha presentato questo studio proponendosi come partner di enti, ricercatori, operatori sociali, in Italia e oltre confine, per

l'approfondimento di temi che esplorino strategie migliorative a sostegno di un'etica rinnovata nei rapporti tra famiglia e impresa.

Le ricerche universitarie e le iniziative scientifiche in Italia e nel mondo: lo studio fa riferimento ai lavori condotti da Carlo Sorci, del Centro universitario studi aziendali (Cusa) di Palermo; da Pierpaolo Donati, Direttore del centro studi di politica sociale e sociologia sanitaria dell'Università di Bologna; da Guglielmo Faldetta, ricercatore in Organizzazione aziendale presso l'Università Kore di Enna, e a ricerche condotte in Europa e negli Stati Uniti, non dimenticando la realtà giapponese. Si pongono a confronto i differenti quadri

normativi, le diverse politiche retributive, di organizzazione del lavoro, di trattamento e i contesti politici

in cui questi si svolgono, riportando i diversi gradi di

**Oltre al salario
va garantito il diritto
al tempo in famiglia**



LA MISSION DELLA FONDAZIONE MARCO VIGORELLI

La Fondazione Marco Vigorelli, ispirata all'omonimo economista, è stata promossa da amici, colleghi e familiari per dare continuità alla sua opera di promozione e sostegno di iniziative volte al bene della persona in ambito professionale, familiare e sociale. La Fondazione persegue obiettivi di pubblica utilità nei settori della ricerca, della formazione e dell'assistenza sociale, anche attraverso pubblicazioni, convegni e seminari. Per informazioni: www.marcovigorelli.com

soddisfazione degli individui e il loro vissuto rispetto alla possibilità di bilanciare la vita lavorativa e quella personale. A questo scopo lo

studio esplora le conseguenze negli scenari internazionali di *overwork*, flessibilità, *homeworking*

e le politiche a favore dei genitori lavoratori, in relazione anche ai quadri normativi proposti dall'Ue e alle loro reali applicazioni.

Lucio Fumagalli, presidente della Fondazione, ha presentato lo studio sottolineando che,

È necessario riportare l'attenzione sull'uomo e sulle sue relazioni sociali basilari

riguardo ad esempio il genitore lavoratore «Non basta sostenerlo economicamente e non è l'estensione di tali sostegni

che lo faranno

sentire meno isolato sul lavoro e più integrato all'interno dell'organizzazione». È necessario invece

capire «Come le aziende possano operare e quali benefici ottengano puntando su un sistema sociologico più denso (come avviene in Nord America) – e chiedendosi, calandosi nella realtà concreta del genitore che lavora – quanto la famiglia

in senso esteso possa sostenere l'impresa e il lavoratore attraverso il rafforzamento del contesto in cui esso vive, piuttosto che quello in cui lavora, coinvolgendone il tessuto sociale e senza espianarne l'identità».

Una nuova sussidiarietà nel *work-life balance*, come propone Pierpaolo Donati nella conclusione, che riporti l'attenzione sull'uomo, quindi sulle sue relazioni sociali basilari. Ancora, citando Marco Vigorelli, «Si tratta di capire se lo Stato e il sistema economico esistano per servire l'uomo oppure sia vero il contrario». ■

** consulente enti non profit*

STRUMENTI E SOLUZIONI DI GUIDA AL DIRITTO



NOVITÀ

GLOSSARIO IN 7 LINGUE PER IL BUSINESS ALL'ESTERO

*di F. De Sanzuane
a cura di Almaiura*

Pagg. 352 + CD-Rom – € 38,00

Il prodotto è disponibile anche nelle librerie professionali.

Trova quella più vicina all'indirizzo www.librerie.ilssole24ore.com

GRUPPO 24ORE
La cultura dei fatti



Una radio organizzata da una Onlus che coinvolge il servizio psichiatria della Asl

“Psicoradio”: quando la cura è in modulazione di frequenza

di Lucilla Vazza

Non solo medicine: a Bologna il superamento delle cure psichiatriche passa per la comunicazione. Psicoradio è una divertente e dinamica emittente nata dalla collaborazione tra il dipartimento di Salute mentale dell'azienda Usl e l'associazione “Arte e Salute Onlus”. Ai microfoni si alternano nomi noti, giornalisti e cittadini con qualche problema psichiatrico. Una realtà all'avanguardia che ha vinto il premio nazionale Marconi 2009 come “Migliore progetto di comunicazione indirizzato ai giovani attraverso la radio”.

Tutti pazzi per la radio. Anzi per “Psicoradio”, l'emittente nata a Bologna nel 2005 dalla collaborazione tra il dipartimento di Salute mentale dell'azienda Usl di Bologna e l'associazione “Arte e Salute Onlus”. Il logo della radio spiega già molto: c'è l'immagine stilizzata di Freud con microfono e cuffia. E chissà che cosa ne penserebbe davvero il padre della psicoanalisi se intervenisse in una delle puntate preparate da una squadra di redattori speciali: la redazione infatti è diretta da Cristina Lasagni, do-

cente alla facoltà di scienze della comunicazione di Lugano, con due giornalisti, e poi soprattutto da un gruppo di cittadini seguiti dai servizi psichiatrici bolognesi di età compresa tra i 20 e i 55 anni. Una ventina di persone in tutto, a cui si aggiunge una rete di collaboratori. Tutti i redattori sono formati da appositi corsi di formazione di comunicazio-

ne radiofonica organizzati in collaborazione con l'università bolognese.

I risultati finora sono di tutto rispetto e infatti nel maggio scorso, l'emittente si è aggiudicata il prestigioso premio nazionale Marconi 2009 come “Migliore progetto di comunicazione indirizzato ai giovani attraverso la radio”. Una sorta di “telegatto” della modulazione di frequenza, assegnato ogni anno dal Comune di Sassuolo Marconi a cinque programmi radiofonici particolarmente innovativi. Il grande merito di Psicoradio è riuscire a parlare di tutto, con un linguaggio fresco e immediato, privilegiando le tematiche legate al sociale, l'arte e la cultura, abbattendo i luoghi comuni che riguardano la malattia mentale e le perso-

ne che ne sono affette. Un filtro speciale che non porta agli argomenti una patina dolorosa, ma al contrario, re-

stituisce a chi ascolta l'immagine di persone che affrontano i

Nei programmi sono intervenuti personaggi illustri: scrittori, attori, medici, musicisti internazionali



più svariati argomenti (anche e soprattutto quelli sulla salute psichiatrica) con una consapevolezza positiva.

Oltre alle inchieste giornalistiche sulle tematiche legate alla psichiatria, a Psicoradio sono intervenuti personaggi dello spettacolo e della cultura come la pluripremiata scrittrice belga Amélie Nothomb (che ha rivelato di aver sentito le voci fin da bambina), o il trombettista jazz Tom Harrell, ammalato di schizofrenia paranoide, che ha spiegato come faccia convivere la propria malattia con la musica. Ma non sono mancati personaggi italianissimi come Alessandro Bergonzoni, Antonio Albanese, Elio, nonché politici ed esperti di sociologia e psichiatria.

In questo modo Psicoradio ribalta gli stereotipi sui "pazzi",

facendo diventare la pazzia una delle componenti normali della vita quotidiana. Diverte la rubrica "Una domanda paziente", in cui si invertono i

ruoli e i ragazzi della redazione intervistano gli psichiatri. Con Bergonzoni, per esempio, si è parlato di come la malattia mentale sia anche un tabù linguistico: quanti giri di parole si fanno per dire che una persona è affetta da qualche problema psichico? Le parole "matto" o "pazzo" risultano di per sé offensive nella nostra lingua.

La chiave di volta per capire il lavoro che si fa a Psicoradio è quella della sensibilità. La persona con problemi psichici ha

una sensibilità particolare che può produrre una forma di comunicazione speciale, profonda, né migliore né peggiore delle altre, ma sicuramente

Psicoradio rompe molti tabù sulla malattia mentale con un linguaggio fresco ma non superficiale

più attenta a elaborare un messaggio senza troppi luoghi comuni. Psicoradio ha già realizzato 120 puntate e va in onda su tutto il territorio nazionale il giovedì alle 15 su Popolare Network, la domenica invece viene trasmessa la versione arricchita da uno speciale dedicato all'area bolognese (13.15 su Radio Città del Capo). Il tutto sotto la lente di chi di vuole abbattere le barriere mentali di chi pensa che i matti siano "disturbati". ■

LOGISTICA UMANITARIA ALLA VII EDIZIONE DI BERGAMOSCIENZA

Più di 100 eventi, tra conferenze, mostre e laboratori interattivi, spettacoli di musica e poesia, giochi per i più piccoli caratterizzano il programma della VII edizione di BergamoScienza. Anche quest'anno, l'obiettivo principale di BergamoScienza è comunicare e avvicinare alla scienza, non solo attraverso la viva voce e la testimonianza di autorevoli scienziati a disposizione del grande pubblico, ma anche utilizzando registri espressivi più innovativi, non tradizionali e convenzionali. La manifestazione si svolge dal 3 al 18 ottobre senza interruzione.

Il programma si snoda tra i grandi temi della scienza contemporanea: robotica e tecnologia spaziale; energia, ambiente e neuroscienze; biologia, architettura e informatica. In occasione del 200° anniversario della nascita di Darwin e dei 150 anni dalla pubblicazione dell'Origine della Specie, BergamoScienza ospita scienziati che spiegano quali effetti ha avuto la teoria darwiniana sulle varie espressioni della vita umana. Nell'anno internazionale dell'astronomia, astronauti delle Agenzie Spaziali Europea e Americana, celebrano la conquista della luna da parte dell'uomo. Robot-calciatori si esibiscono in un "alternativo" torneo di calcio; parliamo della nuova medicina dei trapianti di organo, di terapia genica, di memoria, di come siamo in grado di prendere le nostre decisioni e di cosa regola i nostri comportamenti; ci interroghiamo sul Big Bang e sull'evoluzione dell'universo. La scienza è anche uno strumento per portare la pace nel mondo (assicurando **processi logistici adeguati per fornire aiuti e farmaci ai Paesi in via di sviluppo**) e per diffondere conoscenza, anche grazie al web: questo è "il caso" Wikipedia, un fenomeno rivoluzionario e affascinante che affrontiamo insieme al suo fondatore. Tra le novità della VII edizione: "l'Autobus della Scienza", un laboratorio itinerante voluto dagli Istituti scolastici storicamente impegnati nel festival; "le Vetrine della Scienza", allestite dai commercianti del centro città, e il BergamoScienza Café, in piazza della Libertà un punto di incontro per giovani, scienziati e il pubblico della rassegna. Di tutto e per tutti, sempre gratuitamente, perché a Bergamo la scienza diventi un punto di riferimento, un ideale a cui tendere per i giovani e per quanti vogliono capire un po' di più e meglio il mondo che ci circonda.

Per informazioni: scuole tel. 035.275307 – bergamoscienza@confindustria.bg.it; privati tel. 035.221581 – prenotazioni.privati@bergamoscienza.it