



La campagna

LASCITI SOLIDALI:
I VIRTUOSI D'EUROPA
E L'ESEMPIO USA
L'APPELLO ALL'ITALIA

di **ROSSANO BARTOLI***

Non è indispensabile avere grandi patrimoni per promuovere il benessere degli altri. Oggi, con un lascito solidale anche chi si trova in una condizione economica e sociale non privilegiata può con una piccola somma di denaro «fare la differenza» e contribuire in maniera significativa al «bene comune». Grazie al testamento solidale ognuno può diventare un «piccolo grande filantropo» e fare la propria parte per risolvere i problemi della collettività, lasciando un segno di sé al mondo anche quando non ci sarà più. In Italia, dove sono ancora poche, anche se in costante aumento, le persone consapevoli dell'importanza di inserire un lascito solidale nelle loro ultime volontà: un gesto per fare del bene a chi ne ha più bisogno quando non ci saremo più, senza ledere i diritti dei propri cari. Infatti, l'ordinamento giuridico italiano tutela sempre la famiglia a cui destina la quota legittima.

Per la quota disponibile d'altro canto, si può scegliere liberamente di contribuire ad una causa benefica, anche devolvendo una piccolissima parte dei propri beni o un oggetto, come un prezioso o una polizza. Se è vero che in Italia il 5% degli over 50 (25,5 milioni circa) ha già fatto o pensa di fare un lascito solidale (percentuale in lenta ma costante ascesa tanto che sul 2016 è cresciuta del 15%), è anche vero che il nostro Paese è ancora fanalino di coda in Europa.

Basti pensare che in Germania il lascito solidale è un'opzione concreta per un over 60 su 10 e i propensi sono oltre il 30% dei senza figli; e in Inghilterra già nel 2013 il 6% dei testamenti aperti includeva una quota a favore di un'organizzazione umanitaria. Ma sono ancora più avanti di noi gli USA, patria per eccellenza di grandi filantropi. Qui molti «facoltosi» scelgono questa opzione, nella logica di «restituire» alla società, quando non ci saranno più, una parte importante di quanto accumulato in vita e contribuire alla soluzione dei grandi problemi che l'umanità deve affrontare ogni giorno.

Per promuovere la cultura del testamento solidale parte una campagna. Il punto di partenza è una domanda: «Cosa vuoi fare da grande?». Ce lo hanno chiesto da bambini, lo chiediamo noi ai piccoli: ma anche quando si è già diventati grandi, non è mai troppo tardi per fare nuovi progetti e c'è chi in età adulta inizia a pensare a fare qualcosa «di grande». Come, appunto, un testamento solidale. La campagna è promossa dal Comitato Testamento Solidale di cui fanno parte 22 Organizzazioni non profit (ActionAid, Ail, Aism, Fondazione Don Gnocchi, Lega del Filo d'Oro, Save the Children, Aiuto alla Chiesa che Soffre Onlus, Amnesty International, Amref, Cbm, Greenpeace, Intersos, Istituto Pasteur Italia Fondazione Cenci Bolognietti, OperationSmile Italia Onlus, Fondazione Telethon, Fondazione Umberto Veronesi, Progetto Arca, Telefono Azzurro, Unicef, Università Campus Bio-Medico di Roma, Uici e Vidas) con il patrocinio del Consiglio Nazionale del Notariato e di Pubblicità Progresso.

*Portavoce Comitato Testamento Solidale

© RIPRODUZIONE RISERVATA

La Riforma (da completare) sollecita una rivoluzione culturale negli enti

Gli attacchi politici sono ingiusti e inaccettabili perché negano un ruolo

Ma il non profit non deve limitarsi alla pura gestione: incida sulle scelte

Il bilancio sociale di Casa della carità, strumento per uscire dall'angolo

7

IL TERZO SETTORE CAMBIA LA SOCIETÀ

di **DON VIRGINIO COLMEGNA***

La riforma del Terzo settore ha messo ordine in un ambito dove migliaia di realtà da decenni sono attive nel nostro Paese su vari fronti del sociale. Il compito che hanno ora gli enti Non profit è non trasformarsi in mere imprese sociali. Essi devono continuare a essere portatori di un patrimonio culturale che consiste nell'impegnarsi per l'affermazione dei diritti, il rispetto della dignità della persona, la costruzione continua di un welfare dal basso, una visione più equa della società. Questo patrimonio culturale non va evidentemente cancellato né compresso, perché esso realizza pienamente un bene comune che allarga gli orizzonti della solidarietà. Un patrimonio culturale che è oltre l'assistenzialismo e non si ferma mai a quello che si fa nel quotidiano perché farsi carico di problemi ed emergenze non toglie spazio alla riflessione su chi sono le persone aiutate, sulle cause che determinano situazioni di difficoltà e su come intervenire per prevenire il disagio. Questa carica culturale è ancora più preziosa perché lascia intravedere nel Terzo settore un processo economico nuovo, diverso, che può ricreare un sistema di fiducia per il futuro che è fondamentale. Metterlo sotto attacco da un punto di vista politico è un esercizio ingiusto e sbagliato proprio perché si negano, non cogliendoli, questi aspetti culturali nei quali germoglia una visione più equa della società e dell'economia. Anche Papa Francesco richiama il valore etico che deve entrare nell'economia.

Così come Stefano Zamagni, che lo scorso 13 giugno ha riflettuto con noi durante la presentazione del Bilancio di sostenibilità 2018 della Casa della carità (sostenibilita.casadellacarita.org), è uno di quelli che sottolineano come la dimensione etica debba essere costitutiva dell'economia, cioè l'economia non è qualcosa di astratto e abbandonato a se stesso, ma ha a che fare con le scelte relative alla vita delle persone. L'altro rischio che il Non profit deve evitare è rinchiudersi in un recinto di realtà gestionali nelle quali, a basso costo per il pubblico, vengono scaricate le contraddizioni della società. Un recinto «dei buoni» e, allo stesso tempo, «innocui», che si cimentano con l'imprenditoria sociale. Il Terzo settore, al contrario, non deve mai

smarrire quella capacità di accompagnare l'operatività con l'azione culturale e di cambiamento. Cioè bisogna essere capaci di rileggere continuamente quello che si fa per trasformarlo in campagne di sensibilizzazione, comunicando non solo le proprie attività, ma anche denunciando quando necessario storture, ingiustizie, violazioni di diritti, che stanno a monte di determinate situazioni. Il traguardo deve essere politico nel senso più autentico del termine, con mobilitazioni per incidere sulle scelte di chi rappresenta i cittadini e governa la cosa pubblica, correndo anche il rischio di andare controcorrente. Per fare tutto ciò, per affermare un Non profit non solo gestionale e portatore di una visione nuova e più giusta della società e dell'economia è necessario fare rete, ricreare continuamente legami, uscire dalla gabbia dell'autoreferenzialità.

Noi come Casa della carità abbiamo presentato un Bilancio di sostenibilità relativo al 2018 dove raccontiamo di 4.600 persone aiutate in un anno con quasi 700 ospiti, 2.700 visite mediche, 700 assistenze legali, 60 mila pasti. Numeri che legittimano il nostro operare in modo trasparente ed efficiente, ma che soprattutto vogliono testimoniare il nostro continuare a voler condividere il messaggio del nostro fondatore, il cardinal Martini, che lasciandoci il mandato di occuparci degli ultimi e degli «sprovveduti» come li definiva lui, ci spronò ad avere sempre uno sguardo sulla città, essere cioè sentinelle per intercettare i nuovi bisogni e inventare e sperimentare continuamente nuove risposte, rielaborando anche culturalmente quello che facciamo per

restituirlo alla comunità in termini di coesione sociale. Per la realtà come la nostra, che partono dalle disuguaglianze e dalle ingiustizie latenti che pongono problemi di equità sociale, credo che questo sia estremamente importante. Pertanto lo condividiamo e lo mettiamo in rete, anche perché è un agire che ci tiene lontani dalla paura e ci riconsegna di continuo speranza e futuro. Ed è con questo auspicio che vorrei si compisse la trasformazione del Terzo settore.

*Presidente Fondazione Casa della carità "Angelo Abriani"

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il dibattito delle idee

Dopo l'inchiesta di Buone Notizie

FONDI INTEGRATIVI, IL CASO ASIM

di **AUGUSTO MONACHESI***

Si discute spesso del ruolo e dell'efficienza del welfare contrattuale e dei fondi sanitari integrativi in particolare: ne ha parlato anche Buone Notizie in una recente inchiesta che ci ha fatto riflettere sulle difficoltà e le potenzialità del settore. Il problema diventa ancora più urgente quando si tratta di lavoratori considerati «invisibili»: quelli ad esempio a cui si applica il contratto nazionale delle «imprese esercenti servizi di pulizia e servizi integrati/multiservizi». Lavoratori poco valorizzati, appunto, e che spesso vedono i loro diritti e le tutele sconosciuti: eppure sono loro il motore silenzioso della vivibilità e della sanificazione dei nostri uffici, di scuole, ospedali e altri luoghi pubblici. Un ruolo essenziale, affidato ad operaie/i al 70% di genere femminile e per il 30% provenienti da Paesi esteri. Lavoratori e lavoratrici che, nonostante retribuzioni medie significativamente basse, un'occupazione prevalentemente part time (70%) ed in mezzo alle difficoltà proprie di un settore duramente colpito dalla *spending review*, svolgono il loro compito con orgoglio e professionalità.

Il Fondo Asim è relativamente giovane ed è fiero di essere al loro fianco: in soli 3 anni di operatività e con le stringate risorse messe a disposizione dal Contratto nazionale (contribuzione annua media di 60 euro) ha definito e realizzato strategie che hanno consentito di avere tra i propri iscritti (208mila, quindi tra i primi 10 fondi per lavoratori iscritti) il 75% della platea di riferimento, tassi di consapevolezza e numero di prestazioni erogate da ente maturo. Come ci siamo riusciti? Quale può essere una ricetta vincente?

Innanzitutto è importante avere un piano di comunicazione mirato alla specificità della categoria cui ci si rivolge e diversificato per tipologia e canali. Ma occorre anche un sistema gestionale efficiente le cui informazioni siano condivise con gli *stakeholder* (iscritti, imprese, Parti Sociali). È necessario incontrare un partner assicurativo (nel nostro caso è UniSalute Spa), pronto a recepire le istanze del Fondo e dotarsi di un sistema di *business intelligence* in grado di informare tempestivamente gli Organi di Governo sugli andamenti e il Comitato Scientifico per le programazioni.

Tutto questo impianto ci ha consentito di massimizzare il valore della mutualità che la Categoria ha costruito attraverso il Fondo Asim. Non solo erogatore di fondamentali prestazioni socio-sanitarie, quindi, ma anche luogo virtuale di incontro dove il sito internet e la pagina Facebook divengono centri di divulgazione e aggiornamento per i lavoratori e le imprese sui temi del lavoro, della prevenzione, della salute, dei corretti stili di vita e, talvolta, simbolo di appartenenza.

Inoltre, grazie a un approccio di gestione consapevole e finanziariamente sostenibile e a un team di pochissime, ma determinate persone, potremo a breve lanciare una campagna di prevenzione «personalizzata», introdurre la copertura Ltc (per la non autosufficienza) e internalizzare alcune tra le prestazioni più utilizzate. Una strada possibile.

*Responsabile Fondo Asim

© RIPRODUZIONE RISERVATA