

Croce Rossa Italiana
Comitato Nazionale



Data protocollo

Oggetto: Linee Guida Sportello Sociale

Alla c.a. Comitati Croce Rossa Italiana
p.c. Segretario generale
Consiglio Direttivo Nazionale

Carissimi,

Esprimere standard comuni e riuscire a condividere modalità di realizzazione di azioni e servizi, costituisce una delle principali priorità per mantenere il nostro profilo identitario e consolidare il nostro posizionamento sul territorio. Inoltre, le linee guida sono sempre uno strumento non solo per allineare un linguaggio operativo, ma soprattutto per conoscere come ed in che modo fare qualcosa.

Nello specifico, lo Sportello Sociale CRI è il "Punto Unico di Accesso" ai servizi sociali e socio-sanitari forniti dall'Associazione di Croce Rossa Italiana per mezzo della sua fitta rete di Comitati su tutto il territorio nazionale. Lo scopo è, e resta sempre quello di perseguire la tutela della dignità della persona in situazioni di disagio, maturando la consapevolezza trasversale che l'approccio non deve essere solo quello meramente assistenziale e/o legato ad uno stato di evidente bisogno.

L'intento, al contrario, è quello di aumentare la capacità dei Comitati dell'Associazione della Croce Rossa Italiana di farsi carico della persona in condizione di fragilità e articolare, in un contesto fortemente collaborativo con il Servizio Sociale Pubblico, i partner privati e la rete territoriale del Terzo Settore, soluzioni volte all'*empowerment* e alla liberazione del bisogno della persona stessa.

E' inoltre necessario, in un'ottica di misurazione del proprio impatto e di capacità di *advocacy*, costruire dei sistemi di raccolta e condivisione dei dati qualitativi e quantitativi, per poter valutare ed analizzare *trend e bisogni*.

Per tutto quanto rappresentato, le presenti linee guida, elaborate grazie al contributo del Tavolo Nazionale Povertà, si ritengono efficaci dalla loro diffusione.

Cordiali saluti

IL CONSIGLIERE NAZIONALE
(Dott.ssa Paola Fioroni)

IL PRESIDENTE NAZIONALE
(Avv. Francesco Rocca)

Associazione della Croce Rossa Italiana – Organizzazione di Volontariato
Iscrizione n. 1157/2016 Registro Persone Giuridiche Prefettura di Roma
Sede legale: Via Toscana, 12 - 00187 Roma
C.F. e P.IVA 13669721006

www.cri.it

**Un'Italia
che aiuta**



LINEE GUIDA “SPORTELLLO SOCIALE” verso la Cartella Sociale





Indice

- COS'È LO SPORTELLLO SOCIALE..... pag.3
- IL CONTESTO NORMATIVO DI RIFERIMENTO.....pag.5
- IL CONTESTO ECONOMICO/SOCIALE..... .pag.6
- LE FUNZIONI E LE ATTIVITÀ DELLO SPORTELLLO SOCIALE.....pag.8
- I MODELLI ORGANIZZATIVI – FIGURE DI RIFERIMENTO..... pag.10
- ORGANIZZAZIONE – INDICAZIONI OPERATIVE.....pag.11
- VISIBILITÀ DEL SERVIZIO E COMUNICAZIONI ESTERNA pag.12

1. COS'È LO SPORTELLLO SOCIALE

Lo Sportello Sociale CRI è il “Punto Unico di Accesso” ai servizi sociali e socio-sanitari forniti dall'Associazione di Croce Rossa Italiana per mezzo della sua fitta rete di Comitati su tutto il territorio nazionale.

Già nella Carta delle Attività Sociali della Croce Rossa Italiana, approvata con delibera n 13 del 16 febbraio 2018, si legge che *“il servizio (di Sportello Sociale, ndr) nasce nell'ottica di superare le logiche dell'assistenzialismo e di individuare soluzioni per far fronte alla crisi del welfare ed affrontare con spirito nuovo la programmazione e la gestione dei servizi alla persona, trovando soluzioni alternative e individuando le risorse necessarie per costruire processi auto-attivanti, capaci di potenziare le capacità umane e l'autonomia da un lato e, dall'altro, per disegnare infrastrutture e reti personali o familiari che possano favorire la generazione di supporto e capitale sociale”*.

Poche righe per sottolineare non solo un approccio alla persona che non sia solo quello meramente assistenziale e/o legato ad uno stato di evidente bisogno, ma anche la capacità dei Comitati dell'Associazione della Croce Rossa Italiana di farsi carico della persona in condizione di fragilità e articolare, in un contesto fortemente collaborativo con il Servizio Sociale Pubblico, i partner privati e la rete territoriale del Terzo Settore, soluzioni volte all'*empowerment* e alla liberazione del bisogno della persona stessa.

“Ogni sportello – si legge ancora sulla Carta delle Attività Sociali della Croce Rossa Italiana - diventa focal point per rendere servizi di natura complessa alla persona e per promuovere azioni che garantiscano qualità della vita, pari opportunità, non discriminazione e per prevenire, eliminare e/o ridurre le condizioni di disagio/bisogno individuale e familiare derivanti da inadeguatezza di reddito, difficoltà ed esclusione sociale”.

In concreto, gli obiettivi di uno Sportello Sociale sono su due livelli:

- un primo livello di **accoglienza e ascolto**, finalizzato alla creazione di una relazione di aiuto e all'emersione di necessità, anche non espresse, nonché di risposta ai bisogni primari, attuata anche attraverso la distribuzione di viveri e beni di prima necessità e l'offerta di accompagnamento e assistenza domiciliare;
- un secondo livello di **orientamento, facilitazione dell'accesso ai servizi presenti sul territorio**, supporto nel percorso di auto-aiuto e potenziamento delle risorse e delle capacità individuali.

Lo scopo è e resta sempre quello di perseguire la tutela della dignità della persona in situazioni di disagio e contribuire in un'ottica di rete multidisciplinare di intervento alla costruzione di progetti personalizzati di intervento.



Lo Sportello Sociale, in questo senso, si configura anche come punto di riferimento sul territorio e all'interno della comunità.

Lo Sportello Sociale ha quindi lo scopo di:

- Informare, orientare e accompagnare le persone nei momenti di fragilità per favorirne l'autonomia, l'integrazione e l'inclusione sociale.
- Essere il punto di contatto, informazione e orientamento ai servizi sociali e socio-sanitari del territorio ed è rivolto alla singola persona e/o ai nuclei familiari che si trovino in stato di fragilità e di povertà economica, sociale, culturale, psicologica.
- Rappresentare un punto di informazione in relazione ai servizi espressi dal territorio stesso a supporto delle vulnerabilità. Attraverso l'attività del personale in capo allo Sportello Sociale, l'Associazione della Croce Rossa Italiana interloquisce con persone, servizi, territorio in uno scambio utile di informazioni per rafforzare gli interventi e l'analisi dei bisogni.

2. IL CONTESTO NORMATIVO DI RIFERIMENTO

La Legge 328/2000 "Legge quadro per la realizzazione del sistema integrato di interventi e servizi sociali" è l'atto legislativo per eccellenza su cui poggia l'intero impianto italiano dei servizi sociali e socio-sanitari. Scopo della Legge 328/00 è quello di realizzare un sistema integrato di servizi che, sulla base dell'accesso universale, persegua i seguenti obiettivi:

- garantire la qualità della vita;
- assicurare pari opportunità;
- rimuovere le discriminazioni;
- prevenire, eliminare o ridurre le condizioni di bisogno e di disagio degli individui e delle famiglie.

Il sistema declinato dalla Legge 328/00 viene detto "integrato" perché nella realizzazione della rete dei servizi coinvolge sia soggetti del pubblico che soggetti del privato, nonché il ricco mondo del Terzo Settore: un sistema cioè realizzato da diversi soggetti in gioco e a vari livelli per trattare la complessità dei problemi che la società contemporanea produce su ogni singola persona in difficoltà.

Importante innovazione della Legge 328/00, poi declinata e consolidata nell'attuale Legge del Terzo Settore, è quindi l'aver introdotto, fin dal suo primo articolo, gli organismi del Terzo Settore accanto ai soggetti istituzionali (quali Stato, Regione, Comune, Asl..), chiedendo a questi ultimi di riconoscere e agevolare il ruolo del Non Profit in quanto soggetto attivo nella progettazione e nella realizzazione del sistema integrato dei servizi. Ciò non solo perché si riconosce al Terzo Settore non solo il ruolo di fornitore dei servizi sociali e socio-sanitari, ma anche quello di promotore del benessere sociale sui territori e nelle comunità. Tra gli scopi infatti del sistema integrato c'è quello della promozione della solidarietà sociale e quello della valorizzazione delle iniziative che partono dalla società civile.

Particolarmente suggestivo per l'Associazione della Croce Rossa Italiana è l'aspetto dell'**universalismo** che nel nostro Paese ha riguardato - fino alla promulgazione della Legge 328/00 - solo settori storici quali la sanità e l'istruzione. È importante sottolineare che l'universalità è possibile solo in presenza di un Servizio Sociale diffuso sul territorio: un Servizio Sociale che ascolta, orienta, comunica, aiuta le persone senza etichette e senza etichettarle. La Legge sancisce quindi il diritto all'ascolto di ogni cittadino in stato di difficoltà e bisogno.

Offrire ad ogni persona la garanzia di avere un luogo di prossimità, così come sono i Comitati di Croce Rossa Italiana, dove reperire informazioni, dove vi sia la presenza di un operatore che con attenzione e motivazione ascolti i suoi bisogni e lo accompagni alla conoscenza dei servizi, costituisce un ulteriore elemento di garanzia di accesso a pari opportunità.

Oggi, anche in relazione alla complessità crescente dei bisogni espressi dai cittadini e dalle loro famiglie, diventa più che mai essenziale per l'Associazione della Croce Rossa Italiana – il cui

principio dell'Universalità è scolpito nella sua Storia - lo sviluppo di un servizio che, integrandosi e coordinandosi con tutte le realtà presenti su un territorio, possa rendere strutturale la funzione di ascolto delle persone nella prospettiva di costruire risposte coordinate e personalizzate ai bisogni al fine di rimuovere e superare le situazioni di difficoltà che la persona umana incontra nel corso della sua vita.

3. IL CONTESTO ECONOMICO/SOCIALE

Le necessità e bisogni delle persone e delle famiglie cambiano con la situazione economica e sociale del territorio, con le caratteristiche personali e familiari. La povertà nello specifico ha diverse cause che, spesso sovrapponendosi creano spirali di incertezze e di perdita di punti di riferimento materiali e sociali.

Nonostante la piccola ripresa economica che sta caratterizzando il nostro Paese, il 30% dei cittadini residenti è a rischio povertà ed esclusione sociale. A dirlo è l'Eurostat che, nell'aprile scorso, ci ha fornito l'ultima fotografia statistica della povertà in Italia.

A differenza infatti dell'area euro, dove il dato è del 23,1%, quello che preoccupa dell'Italia non è però solo l'aspetto quantitativo. A impensierire è che la povertà, o il rischio di entrare in una condizione economica e sociale di povertà, non riguarda solo persone che non hanno lavoro, migranti magari appena arrivati in Italia o anche emarginati di carattere sociale, ma anche segmenti della nostra popolazione che mai avrebbero immaginato di doversi confrontare con questa criticità. Pensiamo ai giovani (under 25), a chi ha una persona non autosufficiente in famiglia o anche ai c.d. "working poors": una persona su 20 nel nostro Paese, tra quelle che in famiglie a medio o alto reddito, corre il rischio povertà se in famiglia è presente un disoccupato o un occupato il cui reddito sia inferiore del 60% rispetto a quello mediano. Un 5,5% di popolazione a rischio povertà tra i ceti medi o ad alto reddito dovrebbe responsabilizzare di più e meglio sulle misure di contrasto alla povertà stessa. La domanda che infatti si pone Eurostat è cosa succederà quando queste famiglie non avranno più rendite.

Altro dato degno di riflessione, sempre secondo Eurostat, è la minor spinta a migliorare la propria condizione di istruzione di tanti cittadini italiani che sono poveri o a rischio povertà. In Italia, un figlio di genitori con istruzione minima è meno a rischio povertà dello stesso figlio in Germania o Francia. Il doppio se è laureato. Stessa cosa per la popolazione straniera residente: i dati degli altri Paesi europei doppiano o triplicano - su questo tema - quelli italiani. Questo ci è utile per dire che, se fuori dai nostri confini è povero colui che non ha un lavoro e dunque sono sufficienti politiche occupazionali per risolvere il problema, nel nostro Paese no.

Certo, l'Istat ci ricorda, nella sua ultima rilevazione biennale datata 2017, che esistono anche la povertà relativa e la povertà assoluta.

Si stima infatti che nel 2017 1 milione e 778mila famiglie residenti in Italia vivono in povertà assoluta, per un totale di 5 milioni e 58mila persone: un dato in crescita rispetto al 2016 che incide sul 6,9% delle famiglie residenti in Italia e sul 8,4% delle persone. Quelli del 2017 sono i dati più alti registrati nella serie storica il cui avvio è ascrivibile al 2005.

La povertà assoluta in Italia poi preoccupa per ciò che attiene il dato sui minori: il 12,1% di loro la vive. Parliamo di 1 milione e 208mila persone under 18 nel 2017. Vivono in povertà assoluta il 10,5% delle famiglie con un minore e il 20,9% delle famiglie con tre o più minori.

Da un punto di vista geografica, resta forte la differenza tra Nord e Sud del Paese a svantaggio ovviamente del Sud, ma anche tra città e provincia a svantaggio della città. Nelle città poi la povertà assoluta non riguarda più solo le zone periferiche, ma è presente anche nelle zone centrali. Colpisce poi più le famiglie in cui la "persona di riferimento" è un under 35 (9,6%), piuttosto che quelle in cui la persona di riferimento è un over 65 anni (4,6%). Arriva all'11,8% nelle famiglie in cui la persona di riferimento è un operaio e scende al 4,2% se la persona di riferimento è uscita dal mondo del lavoro, ma diminuisce tra gli occupati e aumenta tra gli inoccupati. Passa dall'8,2% al 10,7% nelle famiglie in cui la persona di riferimento ha la licenza elementare, ma resta stabile al 3,6% tra chi invece ha il diploma.

Dati in crescita anche per la povertà relativa. Sono 3 milioni e 171 mila le famiglie residenti in Italia, ovvero 9 milioni e 368mila persone, che nel nostro Paese vivono la povertà relativa. Come quella assoluta, la povertà relativa colpisce famiglie con più di un figlio minore (19,8%) e famiglie giovani. Raggiunge il 16,3% se la persona di riferimento è un under35. Resta elevata per le famiglie di operai (19,5%) e per quelle che cercano occupazione (37%). Resta forte il divario tra nord e Sud del Paese, mentre le famiglie di soli stranieri hanno il 34% di incidenza sul totale.

L'aumento della povertà economica non fa che aggravare le difficoltà e gli ostacoli che la persona umana può incontrare nel corso della vita come:

- ✓ stati di malattia
- ✓ insorgenza di disabilità
- ✓ infortuni da lavoro e malattie professionali
- ✓ Invecchiamento
- ✓ vedovanza
- ✓ lutti
- ✓ maternità
- ✓ carichi familiari
- ✓ disoccupazione o difficoltà alla ricollocazione
- ✓ abitazione o precarietà abitativa
- ✓ povertà educativa
- ✓ percorso migratorio da/verso il nostro Paese.

4. LE FUNZIONI E LE ATTIVITÀ DELLO SPORTELLO SOCIALE

Nell'ambito delle funzioni di I e II livello dello Sportello Sociale di Croce Rossa Italiana, vanno sottolineate le specifiche aree strategiche e operative dello stesso. Ovvero:

- collaborare attivamente con l'azione del Servizio Sociale, indirizzando le persone ai servizi, proponendo soluzioni interne ai Comitati, adottando criteri d'intervento appropriati rispetto alla natura e alla gravità dei problemi rilevati;
- collaborare all'integrazione di interventi di tipo sociale con interventi di tipo sanitario, educativo, culturale, abitativo, economico, occupazionale;
- favorire l'inclusione sociale mediante azioni sinergiche con le diverse istituzioni (es. Comune), i diversi servizi (servizi sociali, servizi socio-sanitari, servizi per la casa, servizi per il lavoro, etc.) e i diversi attori sociali sul territorio.

A tal fine le **attività** che lo Sportello Sociale deve garantire in ciascun Comitato, compatibilmente con le proprie risorse, sono le seguenti:

- fornire ascolto e far emergere il bisogno della persona;
- dare informazioni, consulenza ed orientamento alla persona in base a necessità/bisogni espressi;
- attivare eventuali équipe multi-professionali (CRI e/o rete);
- co-progettare interventi mirati a superare e a gestire la condizione di disagio o di esclusione sociale, attraverso approcci che favoriscano l'autonomia e la responsabilizzazione della persona;
- accompagnare la persona fornendo assistenza e supporto attraverso l'erogazione diretta di prestazioni o l'attivazione di servizi, in base a quanto definito nel progetto;
- monitorare e verificare le condizioni della persona e lo sviluppo del suo percorso, accompagnandola e tutelandola, rimanendo punti di riferimento per la stessa per un tempo prefissato;
- promuovere e sostenere iniziative e progetti rivolti alla persona, finalizzati a prevenire situazioni di disagio ed emarginazione;
- strutturare azioni volte a ridurre il grado di vulnerabilità della persona anche attraverso processi di co-progettazione con gli altri attori sociali (rete);
- individuare specifiche professionalità (es.: sociologo, psicologo, mediatore culturale, operatore di strada, esperto giuridico, etc.) a supporto dell'intervento.

Allo Sportello Sociale va garantita la presenza di spazi adeguati e di volontari formati e/o personale qualificato che, attraverso l'ascolto attento e dedicato, sono in grado di accogliere i bisogni delle persone e svolgere funzione di informazione, orientamento, consulenza e risposta al bisogno anche attraverso il collegamento con i servizi di Welfare erogati da altri soggetti (istituzionali e non) del territorio.

Lo Sportello Sociale contribuisce alla **raccolta dati** attraverso un sistema cartaceo, che via via

verrà computerizzato su una piattaforma nazionale, elaborando le informazioni, individuando problemi ed analizzando le risposte. Con i dati raccolti vengono programmate le future attività e vengono rimodulate le modalità di intervento. Così facendo, l'Associazione della Croce Rossa Italiana indirizza il suo intervento anche alla c.d. **Cartella sociale** che altro non è che un sistema di computo quantitativo e qualitativo delle persone che si affacciano ai servizi erogati dai Comitati.

Per riassumere, i servizi dello Sportello Sociale sono:

- accoglienza, ascolto e raccolta dei bisogni;
- comunicazione di informazioni puntuali ed aggiornate sui servizi sociali, socio-assistenziali e socio-sanitari presenti sul territorio (collocazione territoriale, funzioni, referenti istituzionali, criteri di accesso e costi, etc.) e sulle modalità e procedure per la presentazione delle domande per accedere ai servizi (consegna materiale informativo, supporto nella compilazione della modulistica, etc.);
- segnalazione e invio a specifici servizi attivati dal Comitato;
- promozione della rete territoriale, ovvero fungere da collegamento tra le risorse del territorio, garantendo la promozione di reti di servizi e la collaborazione tra i diversi soggetti che operano nell'ambito socio-assistenziale;
- osservare e conservare i dati delle dinamiche territoriali: raccogliere e sistematizzare le informazioni relative agli accessi, ai bisogni espressi e alle risposte date, al fine di contribuire all'analisi dei bisogni sociali dei singoli e delle famiglie e delle dinamiche che riguardano il territorio.

5. I MODELLI ORGANIZZATIVI – FIGURE DI RIFERIMENTO

Al fine di garantire le funzioni previste dallo Sportello Sociale è necessaria la presenza delle seguenti figure:

- Responsabile dello Sportello Sociale, ovvero un Volontario in possesso di adeguati requisiti di formazione e/o esperienza nell'ambito dei servizi di welfare.

Il Responsabile di Sportello Sociale ha un ruolo facilitante rispetto il funzionamento sia del gruppo di lavoro che dei rapporti con gli enti, i servizi e le altre associazioni del territorio (rete).

Il Responsabile ha il compito di:

- gestire i rapporti con gli Amministratori nei livelli di competenza e con i portatori d'interesse, assicurando coerenza tra le loro esigenze e l'azione dello Sportello Sociale, nonché ricercando l'equilibrio e la mediazione necessaria tra le eventuali istanze contrapposte;
- supportare il Comitato nella formulazione di proprie e specifiche risposte sociali;
- supportare il processo di analisi del territorio e di definizione delle scelte di programmazione, partendo da una buona conoscenza del contesto;
- assicurare la funzionalità dello Sportello Sociale, attraverso la pianificazione strategica ed operativa del servizio, la gestione della comunicazione interna ed esterna;
- conseguire gli obiettivi impiegando le risorse umane ed economiche assegnate;
- contribuire allo sviluppo dei processi partecipativi con operatori, enti presenti sul territorio e persone in stato di fragilità;
- garantire la qualità fornendo la documentazione e la raccolta di informazioni sul funzionamento del servizio;
- promuovere il confronto con altre realtà locali per la diffusione delle buone pratiche. Lo Sportello Sociale deve consentire agli operatori la possibilità di operare in stretto contatto con il micro-contesto di riferimento;
- raccogliere i dati e conservarli secondo la normativa sulla privacy.

- Operatore di Sportello Sociale, ovvero un Volontario in possesso di qualifica OSG e formazione specifica di II livello nell'ambito delle attività sociali di CRI.

L'Operatore di Sportello Sociale svolge attività di accoglienza, ascolto, informazione ed orientamento agli utenti.

L'operatore dello Sportello Sociale deve condividere le informazioni raccolte con il team e con tutte le figure coinvolte nella rete nel rispetto della normativa vigente sulla privacy.

L'operatore dello Sportello Sociale deve garantire:

- rispetto e dignità della persona;
- assoluta riservatezza;
- comunicazione in/di rete;
- una risposta alla domanda sociale, se possibile.

Il Responsabile e l'operatore di Sportello Sociale devono:

- aver seguito obbligatoriamente il corso per operatore di secondo livello (non appena attivato).
- partecipare con scadenza annuale agli aggiornamenti tenuti da formatori esperti nella materia interni o esterni CRI.

6. ORGANIZZAZIONE – INDICAZIONI OPERATIVE

Al fine di garantire la realizzazione dello Sportello Sociale, il Comitato deve:

- mettere a disposizione uno spazio dedicato: sarebbe opportuno avere più stanze con destinazione specifica (accoglienza, distribuzione viveri, vestiario, ambulatorio, etc.);
- garantire la tutela della privacy sia nella fase di accoglienza e ascolto degli utenti sia nella gestione documentale;
- esporre il regolamento di accesso e funzionamento come da Carta dei servizi (date e orari di apertura in base alle risorse del Comitato).

Nella stanza dedicata all'accoglienza delle persone deve essere presente la seguente strumentazione:

- ambiente idoneo dotato di tavolo e sedie;
- computer per la gestione dei dati della c.d. Cartella Sociale e/o uno schedario per i fascicoli personali degli utenti ai sensi della normativa vigente sulla privacy.

Durante il colloquio si deve:

- creare il "Fascicolo Personale" che contenga eventuali documenti personali da aggiornare ogni anno fino alla durata della presa in carico (Allegato);
- compilare per ogni utente la "Cartella Sociale" (Allegato) in ogni sua parte. Nel caso in cui l'utente non voglia rispondere ad alcune domande si barrerà la casella "Non Rilevato";

- acquisire documenti attestanti lo stato di indigenza della persona (ISEE/Attestazione Comune/Attestazione altra associazione facente parte della rete di lavoro).

Per la raccolta dati e il monitoraggio degli interventi, lo Sportello Sociale deve garantire il seguente materiale:

- il registro del numero di contatti (n. telefonate/n. mail/n. di colloqui) giornalieri ai fini statistici da tenere agli atti;
- i "Fascicoli personali" cartacei/elettronici.
- l'elenco dei servizi presenti sul territorio (Enti/Servizi/Associazioni);
- il materiale informativo sui servizi CRI del territorio.

7. VISIBILITÀ DELLO SPORTELLLO SOCIALE E COMUNICAZIONE ESTERNA

Al fine di garantire un'efficace conoscenza dello Sportello Sociale sul territorio e facilitarne l'accesso, il Comitato deve:

- elaborare e diffondere materiali di comunicazione (locandine informative, brochure, etc.) per informare sulle funzioni, l'organizzazione, le prestazioni erogate e le modalità di accesso e fruizione al servizio (Carta dei servizi);
- utilizzare gli strumenti di diffusione delle informazioni capillari, ad esempio: il WEB (sito CRI comitato, social, giornali locali on-line, etc.), incontri con gli stakeholders e strumenti specifici dedicati (ad es. FAQ con risposte mirate);
- fornire all'Area Sociale del Comitato Nazionale non solo la comunicazione di attivazione dello Sportello Sociale, ma anche i dati di accesso allo stesso entro la fine di ogni Gennaio di ogni anno. L'Area Sociale del Comitato Nazionale è sempre raggiungibile all'indirizzo mail sociale@cri.it.

NOTA

L'attività dello Sportello Sociale è soggetta alla normativa sulla Privacy attualmente vigente della quale è responsabile ogni singolo Comitato.



Croce Rossa Italiana
Organizzazione di Volontariato

ELENCO MATERIALI (da barrare)

- Modulo Sportello Sociale ☐
- Consenso informato privacy ☐
- Copia carta identità e/o Passaporto ☐
- Copia codice fiscale ☐
- Copia permesso di soggiorno ☐
- Esenzioni ☐
- ISEE ☐
- Stato di Famiglia ☐

FASCICOLO PERSONALE

Fascicolo N. _____

SPORTELLLO SOCIALE

SCHEDA UTENTE

NUMERO FASCICOLO.....

ANNO.....

DATA PRIMA COMPILAZIONE
OPERATORE CRI (Nome e Cognome).....

SCHEDA A- ANAGRAFICA

COGNOME	
NOME	
SESSO	
NAZIONE DI NASCITA	
COMUNE DI NASCITA	
DATA DI NASCITA	
COMUNE DI RESIDENZA	
CODICE FISCALE	
RECAPITI	

CITTADINANZA	☐	ITALIANA
	☐	NON ITALIANA (SPECIFICARE)
	☐	APOLIDE
	☐	NON RILEVATO

PERMESSO DI SOGGIORNO	☐	SI
	☐	NO
	☐	IN ATTESA
	☐	NON RILEVATO

STATO CIVILE	☐	CELIBE/NUBILE
	☐	CONIUGATO/A
	☐	SEPARATO/A LEGALMENTE
	☐	DIVORZIATO/A
	☐	VEDOVO/A
	☐	NON RILEVATO

ISTRUZIONE	☐	ANALFABETA
	☐	NESSUN TITOLO
	☐	LICENZA ELEMENTARE
	☐	LICENZA MEDIA INFERIORE
	☐	DIPLOMA PROFESSIONALE
	☐	LICENZA MEDIA SUPERIORE
	☐	DIPLOMA UNIVERSITARIO
	☐	LAUREA
	☐	NON RILEVATO

CONDIZIONE ABITATIVA	☐	CASA IN PROPRIETA'
	☐	CASA IN AFFITTO
	☐	SUBAFFITTO/POSTO LETTO
	☐	ABITAZIONE PRECARIA/INADEGUATA
	☐	MANCANZA DI UN TETTO /RIPARO DI FORTUNA
	☐	ABITAZIONE DI EMERGENZA FORNITA IN PARTICOLARI SITUAZIONI

		OSPITE DA AMICI/PARENTI
	☐	CENTRI DI ACCOGLIENZA
	☐	ALLOGGI OCCUPATI
	☐	NON RILEVATO

CONDIZIONE LAVORATIVA /PROFESSIONALE	☐	OCCUPATO
	☐	DISOCCUPATO
	☐	PRECARIO/ CONTRATTI A TERMINE
	☐	INOCCUPATO
	☐	PENSIONATO
	☐	CASALINGA
	☐	STUDENTE
	☐	NON RILEVATO

CON CHI VIVE	☐	SOLO
	☐	FAMILIARI/PARENTI
	☐	FAMIGLIA DI FATTO
	☐	PERSONE ESTERNE ALLA PROPRIA FAMIGLIA
	☐	COABITAZIONE PIU' FAMIGLIE
	☐	ISTITUTO/COMUNITA'
	☐	NON RILEVATO

FIGLI	☐	SI
	☐	INSERIRE NUMERO TOTALE FIGLI
	☐	INSERIRE N. FIGLI CONVIVENTI DI CUI SPECIFICARE N. MINORENNI
	☐	NO
	☐	NON RILEVATO

COMPONENTI NUCLEO FAMILIARE	☐	NUMERO TOTALE
PRESENZA DONNA IN STATO DI GRAVIDANZA	☐	
INDIVIDUO /FAMIGLIA GIA' IN CARICO AI SERVIZI SOCIALI	☐	SI
	☐	NO

SCHEDA B – RELAZIONI FAMILIARI

(da compilare per ogni persona con cui l'intestatario della scheda convive)

COGNOME	
NOME	
SESSO	
NAZIONE DI NASCITA	
COMUNE DI NASCITA	
DATA DI NASCITA	
COMUNE DI RESIDENZA	
CODICE FISCALE	
RECAPITI	

RELAZIONE CON L'INTESTATARIO DELLA SCHEDA	☐	CONIUGE
	☐	GENITORE
	☐	FIGLIO/A
	☐	FRATELLO/SORELLA
	☐	CONVIVENTE
	☐	ALTRO
	☐	NON RILEVATO

CONDIZIONE LAVORATIVA /PROFESSIONALE	☐	OCCUPATO
	☐	DISOCCUPATO
	☐	PRECARIO/ CONTRATTI A TERMINE
	☐	INOCCUPATO
	☐	PENSIONATO
	☐	CASALINGA
	☐	STUDENTE
	☐	NON RILEVATO

SCHEDA C – BISOGNI/RICHIESTE

PROBLEMATICHE	SI	SPECIFICARE
ABITATIVE		
FAMILIARI		
DIPENDENZA		
DISABILITA'		
MIGRAZIONE/IMMIGRAZIONE		
ISTRUZIONE		
LAVORO		
ECONOMICHE		
SALUTE		
GIUSTIZIA		
ALTRO		

SCHEDA D – INTERVENTI ATTUATI
(SI RIPORTANO LE MACROCATEGORIE A TITOLO DI ESEMPIO)

INTERVENTI Macrocategorie	DATA	SPECIFICARE
ASCOLTO		
SEGRETARIATO SOCIALE		
INVIO SERVIZI TERRITORIALI		
ACCOMPAGNAMENTO SERVIZI		
DISTRIBUZIONE VIVERI		
DISTRIBUZIONE FARMACI E PRESIDII PROTEICI		
DISTRIBUZIONE GENERI DI PRIMA NECESSITA' (VESTIARIO ETC.)		
SOSTEGNO ECONOMICO (PAGAMENTO BOLLETTE ETC.)		
SERVIZIO MENSA		
EMPORI SOLIDALI		
CONSULENZE PROFESSIONALI		
SPORTELLI DI ASCOLTO DEDICATI (PSICOLOGICO, LEGALE ETC.)		
SERVIZI VITTIME DI VIOLENZA		
ORIENTAMENTO AL LAVORO		
PRESTAZIONI INFERMIERISTICHE		
CORSI DI FORMAZIONE		
SOSTEGNO SCOLASTICO		
SERVIZI PER MIGRANTI		
ASSISTENZA DOMICILIARE		
TRASPORTO /ACCOMPAGNAMENTO SERVIZI		
ALTRI		

GLOSSARIO DEI TERMINI SOCIALI



FONTI:

[HTTPS://WWW.PASSIONENONPROFIT.IT/100-PAROLE-PER-COMUNICARE-IL-SOCIALE-UN-GLOSSARIO-CONDIVISO/](https://www.passionenonprofit.it/100-PAROLE-PER-COMUNICARE-IL-SOCIALE-UN-GLOSSARIO-CONDIVISO/)
http://www.socialvalueitalia.it/wp-content/uploads/2016/11/Glossario_Social-Value-Italia_ottobre2016.pdf
https://www.istat.it/it/files/2017/07/Report_Povert%C3%A0_2016.pdf

ACCOUNTABILITY

Rendere conto è la definizione più prossima, ma riduttiva di accountability, un termine inglese intraducibile, a cavallo fra attendibilità, spiegabilità e responsabilità. Da account (conto, bilancio), si considera accountable un'organizzazione di qualsiasi tipo che rende conto periodicamente e comunica in modo trasparente con i propri interlocutori o stakeholder. L'organizzazione parte dalla trasparenza per consentire un controllo di correttezza del proprio operato che accresca la propria reputazione. Attraverso questo processo di comunicazione, l'organizzazione alimenta una relazione che porta gli stakeholder a controllare l'efficacia delle proprie scelte e quindi a influenzarle. Un percorso in cui l'organizzazione può arrivare a dare vita a processi partecipativi.

ADVOCACY

Il significato letterale di questo termine è tutela dei diritti delle fasce deboli di popolazione. Così intesa, l'advocacy favorisce il cambiamento sociale intervenendo sui decision maker per modificare la loro percezione o comprensione del problema, o per influenzare il loro comportamento. L'advocacy advertising viene in genere promossa dalle organizzazioni non profit per fare chiarezza su idee, temi, punti di vista controversi. Solitamente le organizzazioni fanno ricorso a campagne di advocacy quando hanno la necessità di sostenere una tesi, difendere un diritto, rafforzare l'informazione su una posizione che si ritiene legittima.

ASSISTENZA SOCIALE

Si intende per assistenza l'aiuto rivolto a chi, temporaneamente o permanentemente, non dispone dei mezzi necessari al proprio sostentamento. Viene definita assistenza sociale anche l'insieme degli interventi utili a contrastare e superare situazioni di indigenza e disagio. L'opera assistenziale nasce al momento della formazione della società borghese come ambito dello scambio di merci e del lavoro sociale con l'obiettivo specifico del mantenimento dell'ordine sociale. L'assistenza sociale, oltre che economica può essere anche psicologica.

BASSA INTENSITÀ DI LAVORO

L'intensità è calcolata considerando in ogni famiglia gli individui in età da lavoro e computando il numero di mesi (nell'anno precedente a quello della rilevazione) in cui hanno lavorato sul totale dei mesi dell'anno; l'intensità si considera molto bassa quando è inferiore al 20%.

BENEFICIARI

Gli individui, i gruppi o le organizzazioni, a favore dei quali è realizzato l'intervento. I beneficiari possono essere influenzati positivamente o negativamente dalle attività dell'organizzazione. Quale sia il beneficiario dipende dalla definizione dello scopo e del campo di analisi, per cui i beneficiari non sempre sono i fruitori finali: nel caso di un'organizzazione intermediaria di servizi sociali, anche un'organizzazione che fornisce servizi per i destinatari finali può essere considerata beneficiaria.

BENI COMUNI

Acqua, aria, ambiente, beni culturali, infrastrutture, spazi urbani e verde, legalità e molti altri simili a questi sono beni "comuni", né privati (di singoli) né pubblici (dello Stato) ma di tutti, di cui tutti perciò dovremmo prenderci cura per continuare a godere di standard di vita degni di un paese civile.

BRAINSTORMING

Letteralmente tempesta di cervelli, è un'attività di gruppo che viene considerata utile per stimolare la creatività e indirizzarla verso la soluzione di un determinato problema. Questa metodologia prevede che, all'interno del gruppo, ciascuno proponga una soluzione al problema senza essere soggetto a critiche o censure. Le valutazioni sulle singole proposte entrano in gioco solo in un secondo momento terminata la sessione di brainstorming. Utilizzato anche dalle organizzazioni non

profili, rappresenta un momento di confronto condiviso prima ancora che propositivo attraverso il quale realtà diversi soggetti possono partecipare alla ricerca di una soluzione innovativa.

BUDGET ETICO

È uno strumento utilizzato per stimare le entrate e uscite di un'organizzazione relative a un periodo di un esercizio, un intero esercizio, un evento, un progetto etc. È fondamentale e imprescindibile per il controllo del sistema e per pianificare, programmare e controllare l'attività. Si tratta di un processo formalizzato attraverso cui vengono definiti impiego e allocazione delle risorse per raggiungere gli obiettivi dell'organizzazione. Il budget può diventare "etico" quando l'organizzazione mette al centro della propria gestione il rispetto di principi e valori etici.

BUONA PRATICA

Per buona pratica o best practice si intende una prassi che, rispetto ad altre analoghe, si è dimostrata particolarmente vantaggiosa nella realizzazione di una determinata attività. Si può trattare di una tipologia di progetto, di una scelta metodologica, di un modello di relazione con i partner, di una particolare procedura adottata etc. L'individuazione e la diffusione delle buone pratiche diventa sempre più importante, perché consente di ridurre tempi e costi di progettazione grazie alla riproduzione di esperienze già sperimentate. La diffusione di buone pratiche dà luogo a un'accumulazione di conoscenza e a un approfondimento continuo del tema nel cui contesto la buona pratica viene diffusa e utilizzata.

CAPITALE SOCIALE

È il patrimonio di atteggiamenti e credenze condivisi da una determinata comunità. Il capitale sociale costituisce uno dei pre-requisiti della cooperazione e dell'attività organizzata nelle comunità umane, comprese le attività economiche. L'utilizzo del termine capitale sociale si è particolarmente diffuso da quando si valorizza l'impegno delle organizzazioni per la gestione responsabile di dipendenti e collaboratori. Nelle organizzazioni del Terzo Settore i volontari costituiscono una componente importante del capitale sociale. Come il capitale finanziario, anche il capitale sociale può essere trasformato, consumato o ricostituito.

CARTA DEI VALORI

È uno strumento che riassume i principi condivisi, il sistema di valori fondamentali e gli orientamenti concreti che guidano le scelte dell'organizzazione. La Carta dei Valori, alla quale si affianca spesso il Codice di Comportamento, è particolarmente importante per le imprese che intendono valorizzare e dare continuità al proprio impegno sociale e ambientale nei confronti degli stakeholder e, più in generale, della società.

CODICE ETICO

Si intende l'insieme di principi e di regole di condotta, basati su criteri quali quelli di onestà, liceità, decoro, adeguatezza, trasparenza e su valori morali condivisi che regolano le relazioni di un determinato contesto culturale, sociale o professionale. È uno strumento auto-regolativo, volontario, di governance e responsabilità individuale che un'azienda, un'associazione, un gruppo professionale definisce per determinare norme etiche e regole sociali che i propri collaboratori sono chiamati a rispettare nello svolgimento delle loro funzioni.

COESIONE SOCIALE

Il termine deriva dal latino cohaesus (essere strettamente unito) e indica l'insieme dei comportamenti e dei legami di affinità e solidarietà tra individui o comunità. Tali comportamenti devono tendere ad attenuare in senso costruttivo disparità legate a situazioni sociali, economiche, culturali, etniche. Il ruolo delle

organizzazioni del Terzo Settore per mantenere o rafforzare la coesione sociale è particolarmente importante: grazie alle attività vengono realizzati servizi in grado di rispondere alle esigenze delle persone e delle comunità.

COMUNICAZIONE SOCIALE

La comunicazione sociale è uno strumento di conoscenza e di persuasione utilizzato da soggetti pubblici e privati per coinvolgere la persona (cittadino, consumatore, donatore) e spingerla all'azione rendendola partecipe dei problemi ma anche delle possibili soluzioni. Tra i principali obiettivi della comunicazione sociale vi sono: modificare pregiudizi e preconcetti, proporre nuovi modelli di comportamento, stimolare azioni concrete per contribuire alla soluzione di un problema sociale.

COMUNITÀ'

Una comunità è un insieme di individui che condividono lo stesso ambiente fisico o virtuale: formano un gruppo riconoscibile, unito da vincoli organizzativi, linguistici, religiosi, economici e da interessi comuni. Nella società postmoderna, anche grazie alla diffusione di internet, cambia il concetto di comunità: i confini si decostruiscono e le comunità diventano di vicinanza tematica e spesso si trasformano in comunità virtuali. In questo caso le persone hanno un approccio comune a un determinato argomento e alla vita di relazione e parlano tra loro attraverso la rete. Nel Terzo Settore al termine di comunità si attribuisce anche il significato di attenzione all'altro: dai bisogni delle persone al benessere della collettività.

CONCERTAZIONE

Con questa espressione si intende in generale un metodo di contrattazione triangolare delle scelte di politica economico-sociale. La concertazione è considerata un vero e proprio metodo decisionale per il raggiungimento di obiettivi economico-sociali comuni. Alla concertazione partecipano le parti sociali alla quali viene riconosciuta una porzione di autorità e di responsabilità. Nel Terzo Settore il termine concertazione viene utilizzato, per esempio, quando le organizzazioni non profit sono chiamate a definire con gli enti locali le politiche sociali di un territorio.

CONDIVISIONE

Si tratta di un processo attraverso il quale sono resi noti gli obiettivi di un'organizzazione e individuati i partner in grado di affiancare l'organizzazione stessa nel raggiungimento di questi obiettivi. Il termine può essere utilizzato anche per definire ogni attività atta a governare le relazioni dell'organizzazione al fine di stimolare l'adesione di nuovi partner di percorso. Per le organizzazioni del Terzo Settore la condivisione diventa indispensabile quando si partecipa, per esempio, a bandi finanziati o si viene incaricati di gestire una serie articolata di servizi sul territorio.

CONSAPEVOLEZZA

Prendere coscienza di sé, del proprio ruolo e delle proprie responsabilità: un concetto trasversale che trova riscontro, per esempio, nella comunicazione sociale quando uno degli obiettivi è aumentare il livello di consapevolezza dei cittadini rispetto a problemi e tematiche di interesse generale, per modificare atteggiamenti e comportamenti individuali e collettivi. Grazie a una maggior consapevolezza è possibile avviare un processo (in inglese empowerment) attraverso il quale le persone, le organizzazioni e le comunità acquisiscono competenze tali da migliorare ambiente sociale e qualità della vita.

COOPERAZIONE

Letteralmente significa operare con ed è un termine applicabile a ogni forma di organizzazione spontanea o strutturata che preveda un lavoro, un'azione comune. In tale accezione può essere applicata alla biologia (per esempio, neuroni cooperativi) all'informatica, alle scienze sociali. Usualmente si intende una forma

organizzativa applicata fin dal XIX secolo dalle classi sociali più svantaggiate per assicurarsi mutualmente vantaggi nell'acquisizione di beni o di servizi: cooperativa di consumo, cooperativa edilizia etc. Più recentemente il termine è stato esteso dalla cooperazione tra persone a quella tra enti o organismi, anche diversi tra loro, come nella cooperazione tra organizzazioni profit e non profit. Nel tempo si sono sviluppate anche forme peculiari di cooperazione, come la cooperazione sociale e la cooperazione internazionale.

COOPERAZIONE INTERNAZIONALE

Si definisce con questo termine qualsiasi attività che preveda l'operare insieme di enti, governativi o non, che risiedano in nazioni differenti. Può svolgersi anche tra Paesi ad alto sviluppo tecnologico, ma spesso con questa definizione ci si riferisce a quelle attività che vengono svolte congiuntamente a comunità svantaggiate per migliorare le loro condizioni economiche, sociali, sanitarie, alimentari (viene definita anche cooperazione allo sviluppo). Può essere realizzata direttamente tra governi sovrani (cooperazione governativa) o grazie all'azione di organismi della società civile (cooperazione non governativa, vedi la voce ONG). La cooperazione internazionale può essere gestita tra amministrazioni locali (cooperazione decentrata) o orizzontalmente tra stati o comunità di Paesi emergenti (cooperazione Sud-Sud). Inoltre può essere definita in base all'azione svolta (cooperazione sanitaria, agricola, energetica etc.).

COOPERAZIONE SOCIALE

La cooperazione sociale è una forma specifica di cooperazione destinata ai servizi socio-sanitari ed educativi o all'inserimento lavorativo di persone svantaggiate quali detenuti, invalidi fisici o psichici, minori in difficoltà etc. Giuridicamente la cooperazione sociale viene riconosciuta in Italia a partire dal 1991 e può essere svolta da cooperative di tipo A (servizi socio-sanitari ed educativi) o di tipo B (inserimento lavorativo), ma è una forma giuridica diffusa a livello internazionale. In quanto cooperative, queste organizzazioni sono caratterizzate da mutualità prevalente (ex lege) ed esterna (in quanto perseguono un fine sociale di promozione umana e integrazione).

CORPORATE STORYTELLING

Si tratta di uno strumento utile a comunicare l'impegno dell'organizzazione responsabile e sostenibile che si racconta ai propri portatori di interesse (stakeholder). L'impiego della narrazione permette di contestualizzare i messaggi e di catturare maggiormente l'attenzione. Attraverso il Corporate Storytelling le organizzazioni non profit possono raccontare la loro storia, la missione, la buona causa ma anche far emergere valori, idee, esperienze, risultati ottenuti.

DIVERSITA'

Può essere definita come il diritto di ciascuno di esprimersi valorizzando la propria diversità. Questa valorizzazione si colloca all'opposto dell'omologazione delle differenze e sottolinea la necessità di convivere, l'importanza di riconoscersi e accettarsi, partendo dal fondamento comune della dignità assoluta di ogni persona umana e del diritto di ciascuno all'uguaglianza, formale e sostanziale. Da qualche tempo alcune aziende sottoscrivono un documento definito Carta della Diversità e attuano politiche di pari opportunità.

EFFETTO

Il cambiamento generato, direttamente o indirettamente, da un intervento. La dimensione dell'effetto è la misura della differenza tra il prima e il dopo l'intervento.

EFFICACIA

Variabile economica che indica il rapporto tra la quantità di beni o servizi prodotti e/o erogati (output effettivi) in un dato momento e quelli ipotizzati/proposti in fase di progettazione (output desiderati). Nel Terzo Settore, si stanno studiando indicatori sempre più precisi per valutare l'efficacia degli interventi messi in atto a favore della persona e della comunità.

EFFICIENZA

Variabile economica che indica il rapporto tra i risultati conseguiti (output effettivi) e le risorse utilizzate per ottenerli (input effettivi). Come per l'efficacia è sempre più urgente per le organizzazioni non profit considerare l'efficienza di processi e servizi realizzati così da migliorare i risultati senza mai dimenticare l'aspetto qualitativo del proprio operare e le ricadute su persone e comunità.

EMPATIA

Si intende la capacità istintiva di comprendere i vissuti psichici ed emotivi dell'altro come se fossero i propri stati d'animo, prescindendo dai propri processi emozionali e astenendosi da giudizi morali. È essere con l'altro in un meccanismo di identificazione speculare che consente di immedesimarsi nell'altra persona, nel nostro interlocutore.

EVENTO SOCIALE

Il termine evento deriva etimologicamente da e-ventum cioè e-venire (divenire). L'evento è uno strumento di comunicazione caldo, duttile, multimediale che permette di creare relazioni, di comunicare, mettere in rapporto persone e idee. Molto utilizzato dalle organizzazioni del Terzo Settore, l'evento può avere come finalità la promozione di una buona causa, il lancio di un progetto, la raccolta fondi, la ricerca volontari etc.

FUNDRAISING

Letteralmente, far crescere le risorse. Disciplina che rientra nella branca del marketing, trova la sua naturale applicazione nelle organizzazioni non profit. Di matrice e impiego prevalentemente anglosassone, solo da qualche anno è entrata a far parte delle scelte strategiche delle organizzazioni del Terzo Settore italiane più all'avanguardia o, comunque, più strutturate. Obiettivo delle attività di fundraising è garantire la sostenibilità dell'ente attraverso l'attuazione di strategie per il reperimento di fondi e la costruzioni di processi relazionali complessi.

GOVERNANCE

È il termine con il quale si definisce il governo societario di un'azienda e comprende una serie di regole, relazioni e processi grazie ai quali l'autorità fiduciaria è esercitata e controllata. Il sistema di governance adottato da una società prevede regole certe di trasparenza delle scelte gestionali e un'efficace sistema di controllo interno oltre a una rigorosa disciplina dei potenziali conflitti di interesse. Oggi si parla di governance anche per altre tipologie di organizzazioni quali, per esempio per le cooperative sociali e le fondazioni bancarie o d'impresa.

GRAVE DEPRIVAZIONE MATERIALE

È in questa condizione chi vive in una famiglia che presenta almeno quattro dei seguenti nove sintomi di privazione: 1) mancanza di telefono, 2) Tv a colori, 3) lavatrice, 4) automobile, 5) impedimenti nel consumare un pasto a base di carne o pesce ogni due giorni, 6) nello svolgere una vacanza di almeno una settimana fuori casa nell'anno di riferimento, 7) nel pagare regolarmente rate di mutui o affitto, 8) nel mantenere l'appartamento riscaldato, 9) fronteggiare spese inaspettate.

IMPATTI

I risultati dei cambiamenti, riferibili alla sola attività dell'organizzazione. Gli impatti possono essere positivi e negativi, primari o secondari di lungo termine, prodotti da un intervento direttamente o indirettamente, intenzionali o non intenzionali.

IMPRESA SOCIALE

Con l'introduzione della figura giuridica dell'impresa sociale si è distinto il concetto di imprenditoria da quello di finalità lucrativa e si è riconosciuta l'esistenza di imprese con finalità diverse dal profitto. Il valore aggiunto rispetto a un'impresa tradizionale sta nella capacità di produrre servizi ad alto contenuto relazionale, nel cercare di fare "rete" con realtà del Terzo Settore, nel produrre esternalità positive per la comunità. Tra i principi fondamentali di un'impresa sociale vi sono la promozione dello sviluppo locale, l'adozione di valori quali la giustizia sociale, la garanzia di democraticità dell'organizzazione e di un coinvolgimento diretto dei lavoratori nella gestione, le pari opportunità e la riduzione delle disuguaglianze.

INPUT

Le risorse investite per la realizzazione delle attività dell'intervento, che possono includere risorse finanziarie, umane, sociali e materiali (ad es. denaro, esperienza, tempo di individui e organizzazioni, beni immobili o attrezzature, etc.). Nella metodologia SROI, ad esempio, rientrano anche i contributi, apportati da ciascuno degli stakeholder, necessari per la realizzazione delle attività, e possono essere inclusi come il denominatore rispetto al quale viene rapportato il valore dell'impatto.

INDICATORE

Un indicatore è una variabile quantitativa o qualitativa che rileva e descrive con semplicità fenomeni anche complessi. Questa attività di misurazione serve a definire obiettivi strategici per monitorare i risultati raggiunti e confrontarli nel tempo. Gli indicatori possono essere semplici o composti (se derivano dalla combinazione di due o più indicatori semplici). Nel caso di fenomeni sociali particolarmente complessi, per esempio, non è sempre possibile misurare il cambiamento attraverso indicatori semplici.

INFORMAZIONE

Il termine deriva dal sostantivo latino *informatic(-nis)*, dal verbo *informare*, con il significato di dare forma alla mente, disciplinare, istruire, insegnare. In genere una informazione vale in quanto è potenzialmente utile a chi ne fruisce: nella informazione, infatti, spesso è contenuta esperienza di fatti reali vissuti da altri soggetti o conoscenze che possono risultare utili e fruibili senza dover attendere di sperimentare in modo diretto. Grazie al web, l'accesso all'informazione è rapidamente cambiato con un impatto considerevole nella vita delle persone, ma anche nella attività dei professionisti della comunicazione. Le organizzazioni del Terzo Settore sollecitano da sempre i media a dedicare maggior spazio alle informazioni ai temi di interesse sociale.

INNOVAZIONE SOCIALE

Riguarda la soddisfazione di nuovi bisogni non coperti dal mercato o la creazione di nuovi e più soddisfacenti vie di partecipazione. Mira, attraverso il lavoro, il consumo, la partecipazione, al miglioramento del benessere delle comunità e degli individui, intesi sia come cittadini sia come produttori. Il concetto si riferisce a nuove idee (prodotti, servizi, modelli) che rispondono a specifici bisogni sociali, in maniera più efficace delle soluzioni esistenti, e creano nuove relazioni sociali. In altre parole, sono innovazioni positive per la comunità e in grado di sviluppare la capacità di agire della società.

MISSIONE

Per missione si intende lo scopo e il senso di esistenza di una organizzazione sociale, culturale, professionale, aziendale. La missione è l'atto fondativo, la dichiarazione di intenti definiti per contraddistinguere il proprio operato e differenziarsi da altre organizzazioni. L'identificazione di una missione precisa consente all'organizzazione di mettere a punto strategie e azioni mirate efficaci e di comunicare la propria identità ai pubblici di riferimento. Oltre a descrivere identità, finalità, attività e campo di azione, il documento di missione solitamente indica anche la visione (i cambiamenti che si produrranno con il raggiungimento dello

scopo) e l'etica dell'organizzazione. I principi etici, i valori di riferimento, la filosofia e il modo di operare di un'organizzazione generano specifici codici di comportamento per tutti i suoi membri.

OBIETTIVO/GOAL

L'obiettivo è il cambiamento positivo di una situazione attuale, nel lungo periodo, al quale un intervento contribuisce. Per gli interventi di sviluppo, l'obiettivo di sviluppo è ciò che s'intende conseguire per migliorare la situazione fisica, finanziaria, istituzionale, sociale, ambientale o altro di una società, comunità o gruppo di persone.

ONG - ORGANIZZAZIONE NON GOVERNATIVA

Una Organizzazione Non Governativa è una organizzazione legalmente costituita, indipendente da ogni Governo o agenzia governativa. Il termine ONG è utilizzato per la prima volta nell'art. 71 della Carta delle Nazioni Unite, per designare le agenzie internazionali ammesse con lo statuto di Osservatore alle assemblee delle Nazioni Unite. Oggi con questo termine si intende una associazione di persone che operano insieme su base volontaria e non lucrativa per raggiungere scopi di interesse generale. Caratteristica delle ONG è lo statuto di tipo privatistico, lo scopo non lucrativo, l'indipendenza politica ed economica, la nozione di interesse pubblico. In Italia le ONG sono riconosciute dal Ministero degli Affari Esteri ai sensi della legge 49/87 e inserite in un'apposita lista.

ONLUS - ORGANIZZAZIONE NON LUCRATIVA DI UTILITÀ SOCIALE

In Italia un'organizzazione viene definita ONLUS, organizzazione non lucrativa di utilità sociale, in base a una categoria tributaria che dà a questo soggetto la possibilità di godere di agevolazioni fiscali. Appartengono a questa categoria enti di carattere privato, anche privi di personalità giuridica, i cui statuti o atti costitutivi rispondono ai requisiti elencati nel decreto legge del 4 dicembre 1997, n. 460.

OUTCOME

Si intendono i risultati dei cambiamenti prodotti da un intervento o da un'attività. Nella metodologia SROI, ad esempio, gli outcome sono associati al cambiamento vissuto da specifici stakeholder. I principali tipi di cambiamento possono essere non pianificati (inattesi) e pianificati (attesi), positivi e negativi.

OUTPUT

Si intendono i risultati, prodotti (inclusi i servizi) diretti, tangibili e misurabili delle attività realizzate dall'organizzazione o da un progetto. La misurazione degli output non è sufficiente per comprendere l'efficacia dell'intervento, che si sostanzia nell'analisi degli outcome o effetti finali generati sui beneficiari. Ad esempio nell'attività di formazione professionale, l'output è rappresentato dai partecipanti al corso che lo terminano, l'outcome a quelli tra questi che trovano effettivamente un lavoro.

PANIERE DI POVERTÀ ASSOLUTA

Rappresenta l'insieme dei beni e servizi che, nel contesto italiano, vengono considerati essenziali per una determinata famiglia per conseguire uno standard di vita minimamente accettabile.

PARI OPPORTUNITÀ'

Si dice "pari opportunità per tutti" quando si intende sottolineare il principio di non discriminazione tra le persone. Applicare politiche di pari opportunità significa valorizzare tutte le diversità: di sesso, etnia, religione, età e ogni altra caratteristica che non sia legata alle capacità e alle competenze individuali. Significa distribuire benefici e possibilità indipendentemente da ogni criterio discriminatorio.

PARTNERSHIP

Si tratta della relazione di collaborazione tra due (o più) soggetti, spesso regolamentata da un contratto, centrata su uno o più progetti comuni o complementari. La partnership può prevedere un numero variabile di soggetti e gradi diversi di integrazione tra i soggetti coinvolti.

PRIVATO SOCIALE

Il termine indica tutte quelle realtà associative che operano in modo autonomo, con gestione privata, per finalità sociali. Viene utilizzato anche per definire l'insieme delle organizzazioni della società civile che si occupano di interventi di solidarietà sociale. A volte viene considerato quasi come un sinonimo di Terzo Settore.

RENDICONTAZIONE

Si tratta della presentazione dei consuntivi economico/finanziari di un'organizzazione. Si compone della documentazione finale probatoria delle spese per la realizzazione di un'attività o di un progetto e nella consuntivazione periodica dei risultati di gestione di un'organizzazione. In questo caso ci si riferisce soprattutto al bilancio (annuale) d'esercizio la cui pubblicazione (anche volontaria) risponde alla domanda crescente di trasparenza di ogni tipo di organizzazione. La domanda di trasparenza e di sostenibilità nel tempo delle organizzazioni reclama più informazioni, non reperibili nel bilancio d'esercizio. Da ciò altre forme di rendicontazione sociale e ambientale. Il bilancio integrato, che combina il bilancio d'esercizio con quello sociale o di missione, è considerato il principale strumento di rendicontazione di un'organizzazione, perché palesa una visione di lungo periodo e l'insieme delle relazioni con gli stakeholder. Proprio questa componente di ascolto e relazione è meglio espressa dal termine inglese accountability.

RESPONSABILITÀ

Consapevolezza delle conseguenze dei propri comportamenti e modo di agire che ne deriva. Questa, fra le tante definizioni del termine, è quella che maggiormente cattura il senso che persone, professionisti e organizzazioni private, sociali o pubbliche sono tenuti a considerare nell'azione quotidiana. In questo contesto, la responsabilità è determinata dal bagaglio di cultura, valori, regole e visione del mondo propri della società circostante, tenendo anche conto delle aspettative emergenti dalla cittadinanza attiva anche se non circoscritte.

RESPONSABILITÀ PERSONALE

È quella che attiene ai comportamenti e alle azioni che l'individuo agisce all'interno del proprio sistema di relazioni personali. È determinata dal bagaglio personale di cultura, di valori e di visione del mondo del singolo. Ne consegue che ogni volta che la responsabilità personale entra in conflitto con gli altri livelli (per esempio, la responsabilità professionale) emerge una questione che soltanto la persona stessa può governare.

RESPONSABILITÀ PROFESSIONALE

È quella che attiene ai comportamenti e alle azioni che il professionista agisce nella sfera e nel sistema di relazione professionale. È determinata, oltre che dal bagaglio personale, anche dal bagaglio di cultura, valori, regole e visione del mondo condiviso dalla specifica professione. Ne consegue che ogni volta che la responsabilità professionale entra in conflitto con quella personale o con gli altri livelli emerge una questione che il professionista deve governare.

RESPONSABILITÀ ORGANIZZATIVA

È quella che attiene ai comportamenti e alle azioni che l'organizzazione (privata, sociale, pubblica) agisce nella sfera dei propri sistemi di relazione e si carica del bagaglio di cultura, valori, regole e visione del mondo propri della singola organizzazione e dell'insieme di organizzazioni che fanno parte del suo sistema di

relazioni. Ne consegue che ogni volta che la responsabilità organizzativa entra in conflitto con gli altri livelli di responsabilità sociale, emerge una questione che il management deve governare.

RISCHIO DI POVERTÀ O DI ESCLUSIONE SOCIALE

Persone con almeno una condizione fra i seguenti indicatori: 1) Rischio di povertà relativo, 2) Grave deprivazione materiale e 3) Bassa intensità di lavoro. L'indicatore centrale è il rischio di povertà relativo. A tale indicatore consolidato, sono stati affiancati un indicatore di grave deprivazione materiale ed un indicatore di esclusione dal mercato del lavoro, ossia la quota di individui che vivono in famiglie con bassa "intensità di lavoro". S'intende così cogliere anche quella parte di popolazione che, pur in assenza di un rischio di povertà relativo dal punto di vista reddituale, si trova in una condizione di deprivazione diretta ed immediata ovvero è in una condizione di esclusione sociale, soprattutto in chiave prospettica, con riferimento alla partecipazione al mercato del lavoro.

RISCHIO DI POVERTÀ RELATIVO

Sono a rischio di povertà le persone che vivono in famiglie il cui reddito equivalente netto - che tiene conto della diversa composizione delle famiglie - è inferiore al 60% di quello mediano nazionale.

RISULTATI

È la generica determinazione sia dell'output (risultato dell'attività), sia dell'outcome (risultato del cambiamento), sia dell'impatto (risultato della porzione di cambiamento attribuibile all'organizzazione), che siano intenzionali o non intenzionali, positivi e/o negativi.

SOCIAL MEDIA

È un termine generico che indica tecnologie e pratiche online adottate per condividere contenuti testuali, immagini, video e audio. I social media sono diventati molto popolari perché permettono di stabilire relazioni di tipo personale o lavorativo apparentemente senza vincoli economici, sociali, di orari o di localizzazione geografica. I social media hanno portato un grande cambiamento nel modo in cui la gente apprende e condivide informazioni e contenuti e hanno trasformato il monologo (da uno a molti) in dialogo (da molti a molti). Grazie ai social media si realizza una democratizzazione della informazione, trasformando le persone da fruitori a produttori di contenuti: anche per questo vengono definiti user-generated content o consumer-generated media. Il Terzo Settore sta utilizzando questi strumenti sia perché a basso costo sia perché consentono una diffusione molto veloce dei messaggi.

SOCIETÀ CIVILE

La società civile rappresenta l'insieme di tutte le organizzazioni che, al di fuori degli organi governativi e della PA, partecipano alla vita politica e sociale di un Paese. In Italia il diritto costituzionalmente garantito alla libertà d'associazione ne è presupposto fondamentale, consentendo alle singole persone di organizzarsi al fine di perseguire obiettivi comuni. Alcuni rappresentanti della società civile vengono a volte coinvolti nella definizione delle strategie e delle politiche sociali di un Paese o di realtà anche più piccole.

SOGLIA DI POVERTÀ ASSOLUTA

Rappresenta la spesa minima necessaria per acquisire i beni e servizi inseriti nel paniere di povertà assoluta. La soglia di povertà assoluta varia, per costruzione, in base alla dimensione della famiglia, alla sua composizione per età, alla ripartizione geografica e alla dimensione del comune di residenza.

SOGLIA DI POVERTÀ RELATIVA

Per una famiglia di due componenti è pari alla spesa media per persona nel Paese (ovvero alla spesa pro-capite e si ottiene dividendo la spesa totale per consumi delle famiglie per il numero totale dei componenti). Nel 2016 questa spesa è risultata pari a 1.061,35 euro mensili.

SOLIDARIETÀ

Il termine deriva dalla parola francese *solidaire* e indica non solo un atteggiamento di comprensione ma uno sforzo attivo e gratuito per rispondere alle esigenze di qualcuno che ha bisogno di un aiuto. Si parla di “solidarietà sociale” quando ci si riferisce alle attività svolte dalle organizzazioni pubbliche o private per sostenere persone in difficoltà per problemi economici o di altro genere. Quando viene esercitata durante il tempo libero da singoli cittadini o da cittadini riuniti in associazioni non profit, assume il nome di volontariato.

SOSTENIBILITÀ

Secondo il Rapporto Brundtland, la sostenibilità è un approccio allo sviluppo che soddisfa le esigenze del presente senza compromettere la capacità delle generazioni future di soddisfare le loro esigenze. La definizione richiama la sostenibilità dei tre pilastri, ambientale, sociale ed economico, che sono alla base dello schema del Triple Bottom Line. Le tre dimensioni sono fortemente connesse tra loro, come è stata storicamente evidente la loro interconnessione nei fenomeni di crisi, e la sostenibilità delle stesse è alla base di un modello di sviluppo strategico di lungo periodo.

STAKEHOLDER

La prima definizione del termine si riferisce a organizzazioni, gruppi o individui che possono influire o essere influenzati dal raggiungimento degli obiettivi di un'impresa. Il coinvolgimento degli stakeholder rappresenta uno dei pilastri fondamentali della di un'organizzazione, anche se oggi diventa sempre più importante l'avvio di ulteriori e più innovativi processi di partnership che vadano oltre il coinvolgimento e prevedano una reciproca assunzione di responsabilità.

STAKEHOLDER ENGAGEMENT

Con questo termine si intende il processo complessivo attraverso il quale gli stakeholder di un'organizzazione vengono identificati, analizzati, consultati. Il coinvolgimento degli stakeholder porta a uno sviluppo sociale più equo e sostenibile dando a chi ha il diritto di essere ascoltato l'opportunità di essere coinvolto nei processi decisionali. Inoltre permette una migliore gestione del rischio e accresce la reputazione delle organizzazioni. Questo processo permette di migliorare prodotti e processi e di rafforzare la fiducia tra l'organizzazione e i suoi portatori di interesse.

SUSSIDIARIETÀ

Con questo principio si afferma il primato della persona rispetto alla società (sussidiarietà orizzontale) e della società rispetto allo stato (sussidiarietà verticale), affinché ogni decisione attinente l'interesse generale sia presa al livello più vicino al cittadino. La Costituzione, affermando che le istituzioni debbono favorire “l'autonomia iniziativa dei cittadini, singoli e associati, per lo svolgimento di attività di interesse generale, sulla base del principio di sussidiarietà” (art. 118, ultimo comma), legittima i cittadini ad allearsi con le amministrazioni pubbliche (in particolare quelle locali) per il perseguimento dell'interesse generale.

SVILUPPO SOSTENIBILE

Lo sviluppo può essere definito sostenibile quando risponde ai bisogni del presente senza compromettere la capacità delle generazioni future a rispondere ai loro propri bisogni. Ogni settore di attività, economica, industriale, sociale, è interessata dallo sviluppo sostenibile che non rinuncia a produrre ricchezze, specialmente se esse servono a ridurre le ingiustizie e le ineguaglianze, ma lo deve fare senza produrre contestualmente un degrado ambientale.

TARGET GROUP

Il gruppo principale o i gruppi ai quali è destinata l'attività da implementare

TERRITORIO

È un concetto a geometria variabile che può riferirsi a tre principali livelli territoriali: nazionale, regionale e locale. Il territorio è, in questo senso, il riferimento per la definizione e condivisione di un modello di sviluppo basato sulla valorizzazione delle persone e della dimensione sociale e civile di una comunità. In questa accezione, il territorio prescinde naturalmente da ogni qualificazione dimensionale, ma definisce il luogo in cui i diversi attori si percepiscono omogenei, nel quale si identificano e verso il quale quindi si percepiscono responsabili, nei confronti sia di se stessi sia degli altri. A questa articolata e variabile interpretazione di territorio corrisponde un rapporto a diversi livelli con le istituzioni che, in quanto garanti del processo democratico, devono essere coinvolte in processi territoriali a geometria variabile.

TERZO SETTORE

Esistono tante definizioni di Terzo Settore anche a causa delle diverse componenti di un mondo molto articolato. Per semplicità di uso dire che è composto dai soggetti che non fanno parte degli altri due settori: lo Stato (il primo) e il mercato (il secondo). Anche se secondo alcuni le organizzazioni del Terzo Settore sono a pieno titolo parte del mercato con la differenza che la loro azione non ha finalità lucrative.

UGUAGLIANZA

L'uguaglianza è un principio che affonda le proprie radici nell'epoca moderna e trova la sua affermazione sin nei primi documenti costituzionali del Settecento, con il definitivo ripudio della società distinta in ceti. Il principio fondamentale a cui si ispira è che la nascita non può essere una fonte di privilegi: in virtù del principio di uguaglianza, dunque, tutti i cittadini sono soggetti alla stessa legge, generale e astratta, e non sono ammissibili discriminazioni fondate sulle loro condizioni personali.

UTILITÀ SOCIALE

Secondo la nostra Costituzione l'utilità sociale è quel principio, quella finalità alla quale l'iniziativa economica deve ispirarsi nella realizzazione delle migliori condizioni di vita per il maggior numero di persone possibile. Parallelamente all'iniziativa economica e per favorire il raggiungimento di questo obiettivo, l'ordinamento italiano prevede l'esistenza di una serie di soggetti che concorrono alla realizzazione di attività di utilità sociale come associazioni, comitati, fondazioni e società cooperative.

VALORI

Si intendono i tratti culturali che caratterizzano un insieme organizzato di individui. In particolare nelle organizzazioni del Terzo Settore i valori sono strettamente legati alla missione dell'organizzazione e ne caratterizzano il modus operandi. Oltre a esplicitare la missione guidano i comportamenti dell'organizzazione e di quanti operano in essa e per essa.

VOLONTARIATO

Il volontariato è un'attività svolta in modo personale, libero e gratuito, attuata per ragioni di solidarietà, di giustizia sociale o altruismo. Può essere rivolta a persone in difficoltà, alla tutela dei diritti, alla valorizzazione dell'ambiente e dei beni culturali o per promuovere la cultura della solidarietà. Nasce dalla spontanea volontà dei cittadini di fronte a problemi non risolti, o non affrontati, o mal gestiti dallo Stato e dal mercato. Il volontariato può essere praticato individualmente o in

associazioni organizzate. L'attività del volontario non può essere retribuita in alcun modo nemmeno dal beneficiario. Al volontario possono essere soltanto rimborsate dall'organizzazione di appartenenza le spese effettivamente sostenute per l'attività prestata. La qualità di volontario è incompatibile con qualsiasi forma di lavoro subordinato o autonomo e con ogni altro rapporto di contenuto patrimoniale con l'organizzazione di cui fa parte.

VOLONTARIATO D'IMPRESA

Il volontariato d'impresa, o aziendale, si realizza quando l'impresa consente ai dipendenti di prestare la propria attività volontaria durante le ore di lavoro a favore di una iniziativa finalizzata al bene della collettività. Spesso l'impresa inserisce i progetti di volontariato aziendale tra le iniziative che dimostrano la propria responsabilità sociale.

VOUCHER SOCIALE

È un buono, uno strumento che il beneficiario può utilizzare per ottenere alcuni servizi sociali quali l'assistenza, il trasporto protetto etc. Viene creato per consentire una maggiore libertà di scelta: le opzioni per un servizio possono essere diverse. Una delle principali finalità del voucher sociale è favorire il sostegno delle funzioni di cura e di assistenza dei soggetti fragili per il loro mantenimento a domicilio o comunque per evitare l'istituzionalizzazione, per contrastare i fenomeni di emarginazione e di povertà, fornendo il supporto per l'acquisto di servizi finalizzati a garantire il benessere del beneficiario.

WELFARE

Si tratta di un anglicismo utilizzato per rappresentare un sistema in grado di garantire a tutti i cittadini la fruizione dei servizi sociali ritenuti indispensabili: viene utilizzato anche come sinonimo di benessere sociale. Sono note soprattutto due locuzioni: welfare economics (economia del benessere) e welfare state (tradotta spesso con stato assistenziale con una sfumatura negativa o stato sociale, espressione più neutra).

WELFARE AZIENDALE

Si parla di welfare aziendale o secondo welfare facendo riferimento ai servizi predisposti da un'impresa per i propri collaboratori. Rappresenta l'insieme delle attività attivate per migliorare la conciliazione dei tempi lavoro/famiglia, per accrescere il potere d'acquisto dei dipendenti, per stimolare una mobilità più sostenibile, per promuovere attività di prevenzione della salute etc. Alcune recenti ricerche sul welfare aziendale rivelano che è una leva per migliorare la competitività aziendale.

WELFARE STATE

Con questa espressione si designa un preciso modello di Stato sociale (in alcuni casi Stato sociale è divenuto traduzione sinonimica di Welfare State) che prevede un sistema sociale in grado di garantire a tutti i cittadini servizi sociali ritenuti indispensabili. Connotata positivamente da parte di molti soggetti, sia della politica sia della società civile, la locuzione è stata considerata da alcuni anche come sinonimo di stato assistenziale. Oggi in Italia si parla di crisi del welfare state in quanto il sistema non è più in grado di sostenere i costi di alcuni servizi fondamentali (ad esempio, quelli legati alla salute) a tutti i cittadini.