



CAPITOLO 4

LE ATTIVITÀ E GLI UTENTI DEI CENTRI DI SERVIZIO PER IL VOLONTARIATO

4.1. LE MODALITÀ DI APERTURA DEI CENTRI

Come si è già illustrato, in questi anni la capacità di intervento e di radicamento sul territorio da parte dei Centri è cresciuta grazie ad una logica di ampliamento del numero di punti operativi attivati.

Entrando poi nel merito della capacità di offrire servizi nell’arco della settimana, il quadro che emerge dalle attività dei Centri è quello di un mondo che apre spesso le proprie porte al volontariato e ai cittadini:

- praticamente tutte le sedi centrali dei Csv sono aperte per almeno 5 giorni alla settimana e addirittura un quarto per 6 giorni (26%);
- ugualmente sono molto numerosi i singoli punti operativi aperti almeno 4 giorni alla settimana (il 41% circa).

Se però confrontiamo il dato sulle aperture dei punti operativi del 2005 con quello del 2004 notiamo alcune differenze rilevanti:

- vi è una incidenza rilevante di punti aperti un solo giorno (27,2%), incidenza che appare in aumento rispetto al 2004 (+6,4%);
- all’opposto i centri che tengono punti operativi aperti da 2 a 4 giorni presentano una incidenza relativa in diminuzione rispetto al 2004 (-8%).

La spiegazione di tale fenomeno va probabilmente ricercata nelle strategie che i Centri stanno adottando su molti territori: a parità di ore di apertura e di risorse (finanziarie ed umane) disponibili, è preferibile ‘spalmare’ di più sul territorio tale monte ore aumentando il numero di punti operativi (in aumento) ma diminuendo in genere il loro orario apertura media settimanale o, per i punti appena aperti, prevedere un ammontare di ore molto limitato.

Molti sembrano adottare quindi un principio di stesse ore ma su più punti. Alla base di questa scelta vi è probabilmente l’idea che ciò che più conta nel rapporto con il territorio, ed in particolare con il volontariato, consiste nell’assicurare una prossimità fisico-geografica dei Centri alle organizzazioni (evitare che debbano spostarsi per recarsi in punti più lontani), anche se in orari di apertura più ridotti.

Tab. 4.1 Giorni di apertura settimanale di sedi centrali e punti operativi

| | 1 giorno | 2 giorni | 3 giorni | 4 giorni | 5 giorni | 6 giorni |
|----------------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Sede Centrale 2005 | - | 1,4% | - | - | 72,6% | 26,0% |
| Sede Centrale 2004 | - | - | - | 1,5% | 71,2% | 27,3% |
| Punti Operativi 2005 | 27,2% | 20,4% | 11,5% | 8,3% | 26,2% | 6,4% |
| Punti operativi 2004 | 20,8% | 23,4% | 14,2% | 10,6% | 25,1% | 5,9% |

Dati di 76 centri su 77

Per bilanciare tale minore frequenza negli orari di apertura dei singoli punti in genere si è però scelto di rafforzare la sede centrale, rendendola accessibile, almeno a livello telefonico, per un numero maggiore di ore.

Se passiamo da un’analisi sulle modalità di apertura centrata sui giorni ad una che focalizza sul monte ore assicurato, notiamo come:

- per quello che riguarda le sedi centrali, quasi sempre assicurano almeno 30 ore di apertura settimanale, che in un quinto dei casi superano le 50 ore (19,2%);





- l'apertura dei singoli punti operativi tende invece ad essere molto più contenuta, in linea con quanto prima riportato, e prevede in circa i due terzi dei casi un monte ore massimo pari a 19 ore alla settimana, anche se non è assolutamente trascurabile il dato riferito ad un 10% di punti che riescono a tenere aperto per oltre 50 ore.

Tab. 4.2 Ore totali di apertura settimanale di sedi centrali e punti operativi

| | Fino a 19 ore sett. | Da 20 a 29 ore sett. | da 30 a 39 ore sett. | da 40 a 49 ore sett. | Più di 50 ore sett. |
|----------------------|---------------------|----------------------|----------------------|----------------------|---------------------|
| Sede Centrale 2005 | 4,1% | 2,7% | 24,7% | 49,3% | 19,2% |
| Sede Centrale 2004 | nd | nd | nd | nd | nd |
| Punti Operativi 2005 | 67,7% | 7,3% | 9,6% | 4,5% | 10,9% |
| Punti Operativi 2004 | 56,8% | 10,6% | 8,9% | 6,9% | 16,8% |

Dati di 76 centri su 77, alcuni parziali

In misura simile a quanto avvenuto per gli orari di apertura in generale, quelli di apertura al pubblico nel 2005, rispetto a quelli del 2004, tendono a contrarsi. E' interessante comunque notare come nei punti operativi l'orario di apertura in generale coincida con quello di apertura al pubblico. Una ipotesi interpretativa è che nei punti operativi i Centri vadano fondamentalmente per incontrare le realtà del volontariato direttamente e non per svolgere attività di back-office.

Tab. 4.3 Ore totali di apertura al pubblico settimanale di sedi centrali e punti operativi

| | Fino a 19 ore sett. | Da 20 a 29 ore sett. | da 30 a 39 ore sett. | da 40 a 49 ore sett. | Più di 50 ore sett. |
|----------------------|---------------------|----------------------|----------------------|----------------------|---------------------|
| Sede Centrale 2005 | 11,8% | 22,4% | 28,9% | 22,4% | 14,5% |
| Sede Centrale 2004 | 0,0% | 4,5% | 32,8% | 40,3% | 22,4% |
| Punti Operativi 2005 | 69,6% | 8,6% | 17,6% | 4,2% | 0,0% |
| Punti Operativi 2004 | 57,4% | 21,1% | 11,2% | 5,3% | 5,0% |

Dati di 76 centri su 77, alcuni parziali

Infine è interessante notare come la possibilità di ricevere per appuntamento al di fuori dell'orario di apertura caratterizzi la gran parte dei Csv (75%) e in particolare quasi nove realtà su dieci nel Nord-Ovest, mentre risulti più contenuta nel Centro-Sud. Operare su appuntamento significa offrire da parte dei Centri una flessibilità attenta alle particolari esigenze di chi è impegnato in una organizzazione di volontariato.

Tab. 4.4. Il Csv riceve per appuntamento al di fuori dell'orario di apertura

| Ripartizione | SI | NO |
|--------------|-------|-------|
| Nord-Ovest | 88,0% | 12,0% |
| Nord-Est | 76,5% | 23,5% |
| Centro | 66,7% | 33,3% |
| Sud | 64,3% | 35,7% |
| Totale | 75,0% | 25,0% |
| Anno 2004 | 77,6% | 22,4% |

Dati di 76 centri su 77



4.2. GLI UTENTI

Il numero dei servizi erogati dai Csv per l'anno 2005 è stato pari a 173.933. Questi servizi sono stati erogati innanzitutto nel Nord-Ovest (37,8%), seguito in ordine di importanza da Nord-Est (24,3%), Centro (19,1%) e Sud (18,7%).

Tale mole di servizi è stata complessivamente erogata a 70.718 utenti, di nuovo in buona parte concentrati nel Nord-Ovest (43,1%), per un quinto al Centro e al Sud e per un sesto circa (15,3%) al Nord-Est.

In tale contesto occorre ancora una volta rimarcare che i dati relativi al numero degli utenti e dei servizi svolti risente della ridotta attività dei CSV del Sud di più recente istituzione.

Tab. 4.5 Totale dei servizi e degli utenti dei Csv (valori %)

| Ripartizione | Servizi | Utenti |
|----------------------|----------------|---------------|
| Nord-Ovest | 37,8 | 43,1 |
| Nord-Est | 24,3 | 15,3 |
| Centro | 19,1 | 20,6 |
| Sud | 18,7 | 21,0 |
| Totale (%) | 100,0 | 100,0 |
| Totale (v.a.) | 173.933 | 70.718 |

Dati di 76 centri su 77, alcuni parziali

La metà degli utenti dei Csv sono singole persone, in genere interessate ad ottenere informazioni su possibilità di impegno volontario e sul mondo del volontariato e destinatarie sia delle iniziative pubbliche (feste ed altro) di promozione del volontariato realizzate dai CSV ma soprattutto di tutti i corsi di formazione organizzati direttamente o affidati alle stesse organizzazioni di volontariato e riservati ai volontari delle odv.

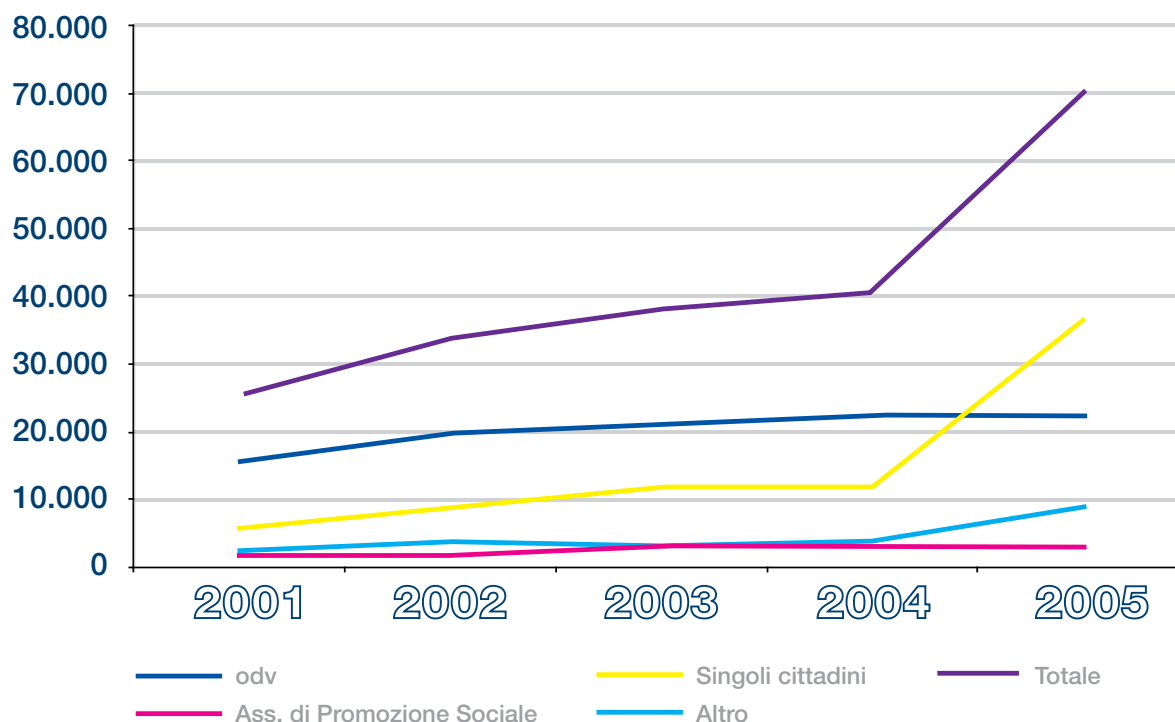
L'altra metà degli utenti sono organizzazioni collettive: di volontariato, sia iscritte che non ai registri, associazioni di promozione sociale, gruppi informali, altre realtà della società civile della cui suddivisione diamo conto più sotto.

I diversi profili di utenza hanno usufruito in maniera differenziata dei servizi dei Centri nel corso degli ultimi anni:

- in generale si è registrato un aumento nel numero degli utenti complessivi passati da poco più di 25 mila nel 2001 a circa 70 mila nel 2005;
- se hanno fatto registrare nel corso del tempo un incremento tutti i singoli profili di utenti, alcuni hanno mostrato andamenti particolarmente forti;
- le realtà del volontariato sono infatti passate dalle circa 16 mila del 2001 a quasi 23 mila del 2005;
- le altre organizzazioni nonprofit hanno raggiunto quasi le 10 mila unità;
- soprattutto negli ultimi anni è cresciuta in maniera estremamente rilevante la capacità dei Centri di offrire servizi direttamente a migliaia di cittadini, quasi 36 mila.

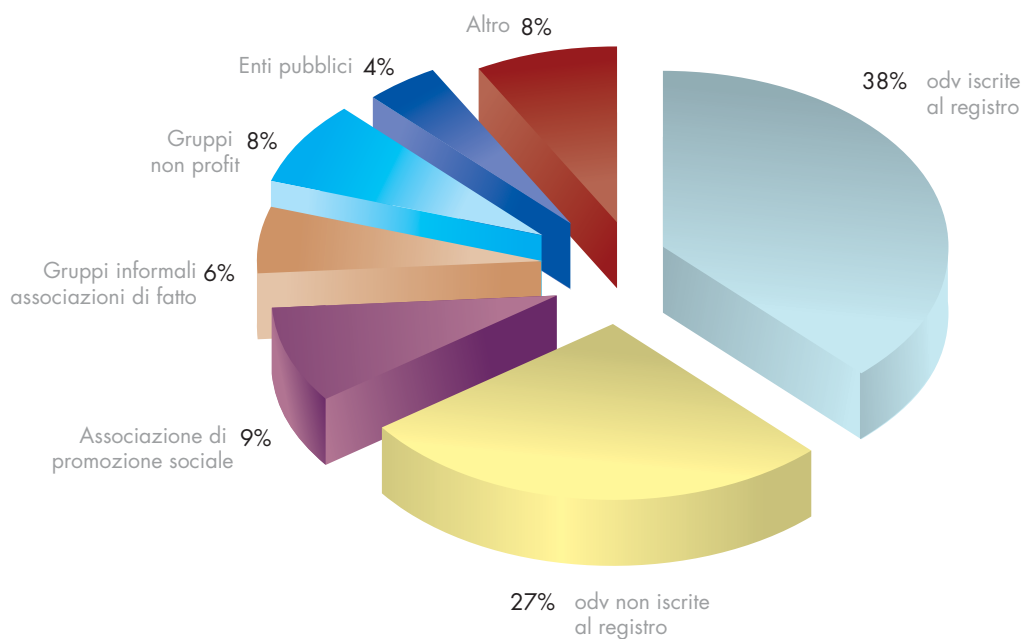


Variazione del numero e del tipo di utenti: sviluppo nel periodo 2001 - 2005



Nel grafico sottostante analizziamo invece la componente degli utenti dei CSV rappresentata da organizzazioni in genere. E' evidente come i due terzi delle organizzazioni che si rivolgono ai CSV sono rappresentate da quelle di volontariato. Va poi altresì evidenziato come i servizi erogati ad altri soggetti del Terzo Settore sono spesso realizzati attraverso convenzioni e fondi aggiuntivi erogati dalle Regioni o Province (vedi Lombardia e Valle d'Aosta)

UTENTI DEI CSV





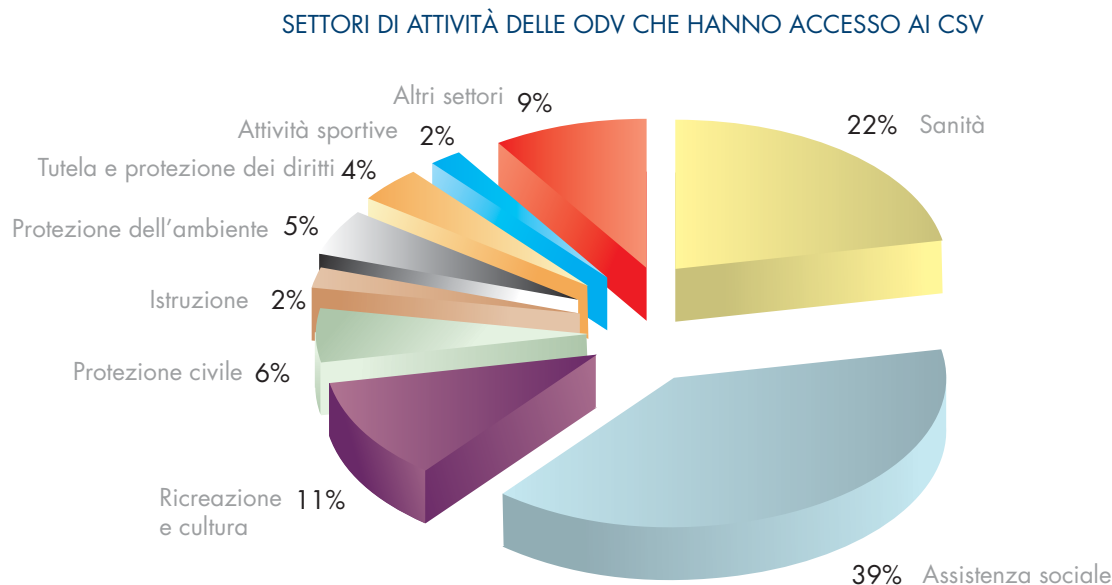
Analizzando la situazione dell’utenza per macro area regionale si nota come il dato tenda ad essere differenziato e si possa evidenziare una analogia tra il nord ovest e il sud e tra il nord est e il centro Italia. Nelle prime due macro aree l’utenza rappresentata dalle odv è pari a circa il 50% mentre i singoli rappresentano il 30% dell’utenza. Situazione invece diversa per il Nord-Est e il Centro che vedono una netta prevalenza tra i loro utenti delle Odv (70%) e una modesta partecipazione dei singoli(10%), in parte in linea con quanto rilevato in termini di base associativa. In generale va rimarcato come i due terzi dei servizi erogati dai CSV siano destinati a soddisfare i bisogni delle organizzazioni di volontariato e come tra i singoli, che pesano per quasi un quarto, siano compresi i volontari delle organizzazioni che partecipano ai corsi di formazione, iniziative che hanno una diretta ricaduta sullo sviluppo e la qualificazione delle organizzazioni di appartenenza.

Tab. 4.6 Servizi erogati per ripartizione territoriale e tipo di beneficiari

| Ripartizione | Odv | Gruppi Inform./ Ass. di fatto | Assoc. promoz. sociale | Altro non profit | Singoli | Enti pubblici | Altro | Totale |
|--------------|-------|-------------------------------|------------------------|------------------|---------|---------------|-------|--------|
| Nord-Ovest | 53,1% | 5,7% | 2,8% | 3,8% | 31,5% | 2,2% | 0,9% | 100,0% |
| Nord-Est | 72,2% | 0,9% | 10,1% | 5,2% | 10,2% | 0,9% | 0,6% | 100,0% |
| Centro | 77,8% | 1,4% | 3,2% | 1,9% | 13,0% | 1,1% | 1,6% | 100,0% |
| Sud | 48,1% | 1,4% | 3,0% | 1,8% | 37,8% | 0,8% | 7,0% | 100,0% |
| Totale | 62,8% | 2,7% | 4,9% | 3,5% | 22,8% | 1,4% | 1,9% | 100,0% |

Dati di 76 centri su 77, alcuni parziali

Passando dal profilo degli utenti alla distribuzione degli stessi per settore di attività, notiamo una prevalenza di organizzazioni di volontariato impegnate nei settori del sociale (39%) e del sanitario (22%) che rappresentano insieme i 3/5 degli utenti totali dei Csv. Il terzo settore di attività più rilevante è quello della ricreazione e della cultura (11%), mentre tutti gli altri fanno registrare percentuali inferiori al 10%.





7 - Il dato Istat è riferito alle sole organizzazioni di volontariato iscritte ai registri, mentre una buona parte dei beneficiari dei Centri è composta da organizzazioni non iscritte.

Tale ripartizione per settore di attività delle organizzazioni utenti dei Centri nel 2005 appare sostanzialmente stabile nel tempo ed in linea con quella registrata nel 2004. Per provare ad effettuare un confronto su quanto la domanda del mondo del volontariato venga intercettata dai Centri, si può tentare, con tutte le cautele del caso⁷, una comparazione fra la distribuzione per settori degli utenti dei Csv con la ripartizione delle Odv pubblicata dall'Istat (dati al 2003). Come si può notare le differenze, seppur presenti, sono in genere contenute e riguardano in particolare i principali settori del welfare (sanità e sociale), che sembrano scambiarsi i ruoli: sotto-rappresentazione fra l'utenza dei Centri delle realtà operanti in sanità e sovra-rappresentazione di quelle legate all'assistenza sociale. In realtà, il diverso universo di riferimento dell'Istat (solo organizzazioni iscritte al registro) può spiegare parzialmente tale diversità (le Odv in sanità tendono ad essere più spesso iscritte, mentre quelle nel sociale hanno una incidenza maggiore di non iscritte).

Tab. 4.7 Settori di attività delle organizzazioni di volontariato che hanno avuto accesso ai servizi dei Csv in confronto con gli ambiti rilevati dall'Istat nel 2003

| | Csv 2005 | Istat | Diff. Csv-Istat | Csv 2004 | Diff. Csv 2005 Csv 2004 |
|---------------------------------|----------|-------|-----------------|----------|----------------------------|
| Sanità | 21,8% | 28,0% | -6,20% | 20,0% | 0,6% |
| Assistenza sociale | 38,6% | 27,8% | 10,80% | 33,9% | 2,5% |
| Ricreazione e cultura | 11,3% | 14,6% | -3,30% | 9,3% | 1,4% |
| Protezione civile | 6,0% | 9,6% | -3,60% | 5,8% | -0,1% |
| Istruzione | 2,3% | 3,2% | -0,90% | 7,0% | -4,8% |
| Protezione dell'ambiente | 4,8% | 4,4% | 0,40% | 5,7% | -1,2% |
| Tutela e protezione dei diritti | 4,2% | 2,8% | 1,40% | 6,1% | -2,2% |
| Attività sportive | 2,4% | 2,0% | 0,40% | 2,5% | -0,2% |
| Altri settori | 8,6% | 7,6% | 1,00% | 0,0% | 8,1% |

Dati di 63 centri su 77, alcuni parziali

4.3. LE ATTIVITA'

4.3.1 Il quadro generale delle attività

Di seguito illustriamo sinteticamente le principali aree di servizio ed attività dei CSV

PROMOZIONE DELLA CULTURA DELLA SOLIDARIETÀ E DEL VOLONTARIATO

Obiettivi

L'obiettivo generale che si vuole perseguire in questa area di attività è riconducibile alla volontà di avvicinare la cittadinanza e in particolar modo i giovani al volontariato e alla solidarietà come insieme di pratiche e valori.

Strumenti

Le iniziative a tal fine realizzate sono molteplici e possono ricondursi alle seguenti:

Spettacoli, Feste del volontariato ed altre Manifestazioni utili a promuovere l'impegno volontario

Queste iniziative hanno l'obiettivo di:

- Far conoscere e dare visibilità alle associazioni di volontariato operanti nei diversi settori;
- Promuovere occasioni di incontro, confronto e riflessione tra i volontari;

Esse prevedono solitamente un programma articolato, definito con il contributo delle associazioni, che consente di valorizzare le specifiche risorse ed esigenze dei territori ove sono organizzate.

Progetti rivolti al mondo scolastico

Questi perseguono la finalità della promozione della cultura della solidarietà e del volontariato attraverso azioni che favoriscono il collegamento tra scuola e territorio, nella convinzione che la scuola non sia solo il luogo dell'istruzione formale ma anche un luogo dove si costruiscono relazioni.

Le fasi progettuali prevedono momenti teorici di analisi, discussione e confronto sui temi del volontariato ed occasioni più concrete di elaborazione di attività espressive e creative, legate agli input iniziali offerti agli studenti ed anche la possibilità di coniugare teoria e prassi attraverso concrete attività di servizio presso le associazioni.

In tale contesto va sottolineata la preziosa esperienza degli sportelli scuola-volontariato che rappresentano luoghi di informazione ed orientamento irrinunciabili per chi vuole avvicinarsi al mondo della solidarietà

Progetti rivolti al mondo giovanile in contesti extra-scolastici

Trattasi di progetti rivolti ai giovani e agli adolescenti in contesti extra-scolastici (centri di aggregazione giovanili e gruppi informali di giovani sia religiosi che laici) con l'obiettivo di coinvolgere questi ultimi in un percorso che, da un lato, intende favorire un processo di avvicinamento al mondo del volontariato attraverso concrete esperienze solidaristiche da svolgere presso le associazioni di volontariato; dall'altro si propone di creare nuovi spazi affinché i giovani possano esprimere il proprio impegno sociale, culturale e politico anche fuori dei gruppi istituzionalmente votati alle attività di volontariato.

Campagne di promozione del volontariato

L'obiettivo è quello di avvicinare i cittadini alle associazioni di volontariato e prende le mosse dalla carenza di volontari sempre manifestata da tutte le associazioni. In tale contesto molteplici e variegati sono stati gli strumenti ed i mezzi utilizzati per la realizzazione di tali campagne. I cittadini che intendono prestare opera di volontariato posso-





no rivolgersi agli sportelli dei CSV ove ricevono tutte le informazioni richieste e le necessarie indicazioni per orientarsi nella scelta dell'associazione alla quale dare la propria disponibilità. Per quei cittadini che esprimono la volontà di entrare a fra parte di una associazione di volontariato si organizzano incontri ad hoc ove approfondire i valori del volontariato e le motivazioni di tale scelta.

Manifestazione sportive

Queste iniziative prendono le mosse dalla considerazione dei profondi ed indubbi legami valoriali che uniscono la pratica sportiva individuale e di squadra alle esperienze solidaristiche. Ed anche dalla convinzione che lo sport autentico con i suoi insegnamenti e la sua "scuola di vita" ben possa prestarsi alla diffusione di esperienze di volontariato ed alla promozione della cultura della solidarietà.

Concorsi

Le iniziative sviluppate a tal proposito possono ricondursi essenzialmente a:

- Concorsi per l'ideazione degli strumenti necessari alla realizzazione di campagne di promozione del volontariato realizzate dai CSV, che sono generalmente rivolti alle scuole ad indirizzo specifico ed alle associazioni di volontariato.
- Concorsi di idee riservati alla partecipazione di associazioni di volontariato composte in prevalenza da giovani o gruppi informali di giovani. Le idee si riferiscono ad interventi da realizzare in tutte le aree di attività dove sono direttamente ed esclusivamente coinvolte le giovani generazioni, favorendo la loro attiva partecipazione.

Percorsi di avvicinamento al mondo profit

L'obiettivo di tali progetti è quello di individuare ed implementare percorsi condivisi che potrebbero facilitare il rapporto tra il mondo del volontariato e quello imprenditoriale, solo apparentemente difficile, ma indubbiamente ricco di potenziali opportunità di collaborazione.

PROMOZIONE DELLO SVILUPPO DELLE RETI E DELLE RELAZIONI TRA LE ODV E ANIMAZIONE TERRITORIALE

Obiettivi

- Favorire la nascita di coordinamenti e rappresentanze del volontariato che consentano di meglio esercitare quel ruolo politico e culturale (denuncia dei diritti negati, promozione e tutela di quelli esistenti e partecipazione attiva alle scelte pubbliche) a cui il volontariato è sempre più chiamato per un effettivo miglioramento della società.
- Agevolare la definizione di rapporti collaborativi tra le associazioni e tra queste ultime e gli interlocutori significativi del territorio.

Strumenti

Gli obiettivi sopra riportati sono perseguiti attraverso una serie di attività quali in particolare:

- la costituzione di coordinamenti e forum territoriali e tematici del volontariato
- la creazione di tavoli di progettazione
- l'accompagnamento del volontariato nei lavori dei Piani di Zona
- il sostegno delle reti già consolidate

SOSTEGNO ALLA PROGETTAZIONE SOCIALE

Obiettivi

L'obiettivo principale che si intende perseguire con tale azione è di sostenere, qualificare e moltiplicare la capacità delle organizzazioni di volontariato di progettare e realizzare interventi negli specifici settori di attività, connotati in particolare dall'attenzione ai bisogni del territorio, dall'innovatività dei contenuti e delle metodologie adottate ed infine dall'adozione di una logica di lavoro di rete che garantisce la costruzione di rapporti collaborativi sinergici e qualificanti tra le organizzazioni di volontariato e tra queste ultime e gli interlocutori significativi del territorio.

Strumenti

Gli strumenti utilizzati possono essere sintetizzati come segue:

- a. Informazione, orientamento, consulenza e accompagnamento per la definizione di un'idea progettuale, la sua elaborazione e presentazione relativamente a linee di finanziamento e bandi dell'Unione Europea, bandi nazionali, regionali, provinciali e delle diverse istituzioni pubbliche e private locali (Comuni, Fondazioni Bancarie, etc...);
- b. attivazione di bandi realizzati dai CSV in accordo con i CoGe rivolti alle organizzazioni di volontariato e finalizzati ad individuare progetti a cui garantire misure di sostegno economico;
- c. attivazione di misure di sostegno attraverso percorsi di co-progettazione con le odv per la realizzazione di un obiettivo scelto di comune accordo e con l'inserimento delle proposte e dei relativi oneri all'interno del programma annuale del CSV;

Opzione costante per i differenti percorsi è rappresentata dalle misure di consulenza ed accompagnamento per la definizione e la realizzazione dei progetti, attraverso l'affiancamento e il tutoraggio alle associazioni proponenti.





CONSULENZA E ASSISTENZA QUALIFICATA: CONSULENZA, ORIENTAMENTO ED INFORMAZIONI

Obiettivi

Il coordinamento dell'attività organizzata di volontariato presenta molteplici difficoltà nelle diverse aree gestionali alle quali non sempre le associazioni di volontariato riescono a dare risposta nei tempi e con modalità adeguate, avvalendosi delle sole competenze reperibili all'interno dell'organizzazione. In questo contesto il Servizio di Consulenza garantito dai CSV si propone di:

- 1 - Garantire competenze e sostegno alle associazioni in diverse aree di operatività comune
- 2 - Semplificare l'attività delle organizzazioni richiedenti attraverso la soluzione personalizzata di problematiche specifiche da queste avanzate
- 3 - Trasmettere e sedimentare, nel lungo termine, quelle competenze, capacità e strumenti, necessari affinché l'associazione possa farsi carico direttamente e autonomamente delle proprie istanze.

Strumenti

Il Servizio si articola nelle seguenti aree di intervento:

- **Amministrativa fiscale:** inerente le problematiche di impostazione e gestione contabile, di redazione dei bilanci e degli altri documenti contabili, dichiarazioni e disciplina fiscale, tenuta dei libri e registri obbligatori, ecc..In tale contesto sono altresì attivi percorsi di accompagnamento alla tenuta della contabilità, anche attraverso la fornitura di idoneo software, ed alla redazione del bilancio sociale;
- **Giuridico-legale:** concernente la normativa di riferimento per il volontariato e più in generale il Terzo Settore;
- **Progettuale:** informazione e consulenza per la definizione di un'idea progettuale, la sua elaborazione e presentazione relativamente a linee di finanziamento e bandi dell'Unione Europea, bandi nazionali, regionali, provinciali e delle diverse istituzioni pubbliche e private locali;
- **Assicurativa:** inerente le problematiche di stipula delle assicurazioni obbligatorie e dei relativi adempimenti amministrativi;
- **Comunicazione:** inerente le forme di comunicazione interna delle associazioni e quelle verso l'esterno;
- **Previdenza e disciplina del lavoro:** inerente le problematiche legate all'acquisizione di personale retribuito in termini di scelta della tipologia di rapporto, adempimenti amministrativi e profili fiscali della gestione del personale;
- **Raccolta fondi e marketing sociale:** inerente le problematiche legate alla gestione dell'immagine e delle relazioni delle associazioni con la comunità esterna ed il reperimento di risorse finanziarie attraverso la ricerca, l'impostazione e la gestione degli idonei strumenti consentiti dalla legge;
- **Organizzativa:** inerente sistemi e processi organizzativi per la gestione delle attività delle associazioni;
- **Processi formativi:** il servizio si sostanzia in un accompagnamento consulenziale nelle tre principali fasi di un'attività formativa: l'elaborazione della proposta, la messa in opera del percorso e la sua valutazione finale.
- **Informatica:** inerente le problematiche legate alla progettazione e alla realizzazione di archivi e applicazioni informatiche personalizzate, miranti a semplificare le procedure quotidiane di gestione dell'organizzazione oltre alla realizzazione di siti internet promozionali;
- **Servizio Civile:** inerente le problematiche relative alla gestione di volontari in servizio





civile ed all'ideazione e presentazione di progetti di impiego di volontari in servizio civile;

- **Servizio Volontario Europeo e volontariato internazionale**
- **Orientamento al volontariato:** Il servizio ha l'obiettivo di fornire informazioni a quei cittadini che manifestano il desiderio di coinvolgersi in attività di volontariato, permettendo loro di mettersi in contatto con le associazioni che rispondono alle proprie necessità;
- **Informazioni:** Il servizio "informazioni" si sostanzia nella soddisfazione dei quesiti posti dalle associazioni, che riguardano singole questioni poco complesse che non prevedono nessun tipo d'intervento dal punto di vista dell'elaborazione dei contenuti.

Il Servizio si colloca nel sistema dei servizi offerti dai Csv come fonte di informazione e monitoraggio delle esigenze manifestate dalle organizzazioni, contribuendo così alla progettazione degli interventi nelle altre aree, con particolare riguardo alla Formazione proposta dai Csv.

L'approccio strategico utilizzato per l'erogazione delle prestazioni si fonda su un approccio abilitante, che non si pone l'obiettivo di rimuovere i problemi attraverso un intervento esterno, ma di trasmettere al volontariato quelle competenze, capacità e strumenti necessari affinché possa farsi carico direttamente delle proprie istanze ed acquisire autonomia nella gestione della soluzione del problema.

ASSISTENZA QUALIFICATA: STRUMENTI DI SUPPORTO TECNICO-LOGISTICO

Obiettivi

L'obiettivo di tale area di servizio è quello di fornire una risposta diretta alle molteplici esigenze più immediate e "materiali" delle associazioni di volontariato. Sono dunque strumenti a disposizione delle associazioni di volontariato per lo svolgimento della loro attività istituzionale, con particolare attenzione alle attività quotidiane legate alle funzioni di segreteria, gestione logistica e comunicazione dell'associazione.

Strumenti

L'ampia e variegata batteria dei servizi compresi in tale area si può ricondurre ai seguenti:

- Uso del telefono e del fax
- Uso del computer con relativa connessione ad internet e stampante
- Uso della fotocopiatrice
- Uso delle sale e dei locali dei Csv sia come sede delle associazioni che per le loro attività istituzionali
- Prestito in comodato gratuito e temporaneo dei beni di proprietà del CSV (computer, lavagna luminosa, proiettore, TV, videoregistratore, videoproiettore, ecc...) utilizzati per lo svolgimento delle attività istituzionali delle associazioni richiedenti
- Servizio di recapito postale sia elettronico che cartaceo

Tali servizi assumono dunque una duplice valenza:

- quella di contribuire concretamente all'ordinaria operatività delle associazioni, nei loro piccoli bisogni quotidiani;
- quella di creare occasioni di incontro, confronto e conoscenza reciproca tra singole organizzazioni di volontariato ed il Centro Servizi.



FORMAZIONE E QUALIFICAZIONE

Obiettivi

Lo sviluppo, in termini quantitativi e qualitativi, che ha caratterizzato l'attività di volontariato in questi ultimi anni, ha accresciuto l'esigenza da parte delle organizzazioni di ricercare al proprio interno le necessarie conoscenze e competenze, sia per garantire una strategia d'intervento coerente al proprio mandato, sia per aumentare la qualità delle azioni realizzate, che per sviluppare idonee capacità organizzative e gestionali. Una formazione finalizzata quindi a far acquisire alle associazioni la capacità di svolgere in maniera autonoma le proprie attività senza il continuo ricorso a sostegni esterni. In quest'ottica i CSV offrono percorsi formativi mirati in grado di accrescere le conoscenze dei volontari, al fine di qualificarne l'operato ed agevolare, attraverso la ricaduta delle cognizioni acquisite, il percorso di crescita dell'organizzazione di volontariato.

Strumenti

La formazione proposta ed organizzata direttamente dai Csv si sostanzia in corsi, seminari e momenti formativi tenuti da esperti scelti e selezionati dai Csv. I percorsi formativi sono incentrati su tematiche comuni a tutte le associazioni di volontariato prescindendo dal loro specifico ambito di attività. La durata e la metodologia adottata per l'attuazione dei corsi sono studiate in relazione ai contenuti trattati con l'obiettivo di rendere efficace il processo di apprendimento prediligendo, ove possibile, l'approccio partecipativo attraverso la condivisione di esperienze maturate in realtà diverse.

L'eterogeneità e le specificità degli ambiti di intervento del Volontariato rendono impossibile la programmazione da parte dei Csv di percorsi formativi idonei a rispondere alle esigenze formative espresse da tutte le diverse organizzazioni di volontariato.

A tal fine diversi CSV hanno attivato azioni, dai contenuti e modalità diversificate, mirate a sostenere iniziative formative proposte dalle associazioni, che garantiscono il necessario processo di acquisizione di competenze specifiche, nei particolari ambiti di intervento delle stesse.

Generalmente la collaborazione dei CSV si esplica attraverso le seguenti modalità:

- l'affiancamento ed il supporto dei propri operatori e consulenti ai referenti di ciascuna azione formativa relativamente alla realizzazione, supervisione e valutazione dell'intervento formativo;
- l'eventuale disponibilità di proprie sedi per la realizzazione delle iniziative formative;
- l'assunzione in proprio degli oneri economici inerenti l'iniziativa formativa.

INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE

Obiettivi

L'attività di comunicazione e promozione viene spesso trascurata dalle associazioni in favore delle attività istituzionali più proprie creando però una distanza tra la mole di lavoro svolto e la percezione dello stesso all'esterno; la mancata promozione delle proprie attività ridimensiona altresì notevolmente la possibilità di creare partnership con altri soggetti e più in generale di riuscire a mettere in rete esperienze e competenze.

Con questa consapevolezza gli obiettivi che perseguiamo in questa area di servizio sono i seguenti:

- Garantire alle associazioni informazioni chiare e sintetiche su tutti i settori di intervento e su tutti gli aspetti della loro attività quotidiana, utili allo sviluppo ed alla promozione delle stesse;
- Favorire la crescita delle singole associazioni, offrendo l'opportunità di mettere in rete elementi di carattere culturale, esperienze e prospettive di sviluppo;





- Fornire un sostegno diretto e materiale nella promozione delle proprie attività;
- Fornire conoscenze e competenze per valorizzare l'attività comunicativa e, più in generale, per gestire in proprio sia la comunicazione verso l'esterno che quella interna all'associazione.

Strumenti

Gli obiettivi sopra descritti sono perseguiti attraverso un variegato paniere di servizi ed azioni quali:

Pubblicazione cartacea di periodici di informazione, invio di newsletter elettroniche che forniscono informazioni chiare e sintetiche a vantaggio delle associazioni di volontariato su tutti i settori di intervento e su tutti gli aspetti della loro attività quotidiana. Aggiornamento costante del proprio **sito internet** quale fondamentale contenitore di informazioni e strumento di promozione dei servizi ed iniziative realizzate dai CSV. In tale contesto va altresì segnalata la possibilità, offerta da molti CSV, di ospitare gratuitamente nel proprio spazio web i siti delle associazioni, creati dal CSV o autonomamente dalle stesse associazioni.

Pubblicazione di strumenti monotematici (dispense, libri, manuali, cd-rom), utili alle organizzazioni per conoscere in maniera chiara e sintetica quanto necessario in merito ad alcune questioni attinenti la loro quotidiana operatività. Tali opuscoli contengono modalità operative, informazioni d'uso, riferimenti normativi, modulistica, possibili soluzioni e studio di casi.

Un servizio di assistenza alle associazioni di volontariato mirato a sostenerle nei rapporti con i mezzi di comunicazione attraverso l'attività di un **ufficio stampa che si occupa di pubblicizzare** le notizie e le informazioni delle realtà del volontariato a stampa, televisione e radio.

Un servizio mirato a realizzare **strumenti cartacei per comunicare e promuovere le attività ed iniziative delle associazioni**.

DOCUMENTAZIONE

Obiettivi

Gli obiettivi sottesi alla seguente area di servizio sono i seguenti:

- Creare una base eterogenea di fonti e risorse documentali per le associazioni, che si concretizza nella disponibilità pratica e immediata di materiale di diverse tipologie e che rappresenta un valido supporto alle varie attività svolte.
- Stimolare all'interno delle associazioni la sensibilità e la cura della documentazione per tutto ciò riguarda le loro attività.
- Sviluppare i rapporti con i centri di documentazione esistenti nei rispettivi territori di riferimento al fine di mettere in rete risorse, conoscenze ed informazioni.

Siamo infatti convinti che documentarsi, leggere, scegliere di dedicare tempo anche a questa attività significhi:

- migliorare la qualità dei servizi offerti
- accrescere la capacità di "lettura" delle situazioni che ci riguardano
- approfondire e riflettere sulle proprie attività ma anche sul ruolo che si intende svolgere all'interno della comunità.

Strumenti

Il servizio "documentazione" si basa sulla disponibilità, presso le sedi dei CSV o in strutture ad essi collegate, di vari materiali quali: la normativa nazionale e regionale riguardante le associazioni di volontariato, periodici, libri, atti e documenti riguardanti tematiche di interesse per il mondo del volontariato. Inoltre, su richiesta, si possono esegui-



re ricerche bibliografiche “ad hoc” commentate o meno per raccogliere documenti più specifici (approfondimenti, individuazione testi, materiale per corsi di formazione).

RICERCA

Obiettivi

Conoscere il volontariato, le sue caratteristiche e il territorio in cui opera è, per i CSV un'esigenza fondamentale. Ogni intervento pianificato e realizzato deve infatti essere frutto di un'attenta analisi della situazione su cui si andrà ad incidere. La stessa esigenza, in forme e per motivi diversi, è d'altronde propria anche delle associazioni di volontariato. Un ulteriore obiettivo dei CSV diventa quindi quello di affiancare e sostenere le associazioni nelle loro esigenze di osservazione e approfondimento della realtà in cui operano.

Strumenti

Il servizio si sostanzia nella realizzazione e promozione di analisi e ricerche - sollecitate dalle associazioni o promosse dai CSV - su tematiche di interesse e attualità per il volontariato.

Le tabelle ed i grafici che seguono danno conto delle principali e molteplici attività svolte dai Centri.

I dati riportati illustrano bene la complessità, la ricchezza e la pluralità dei servizi offerti dai Centri nei confronti di una utenza che, come è stato illustrato, appare sempre più diversificata ed in crescita.

I dati, quando comparabili, vengono presentati anche in una ottica diacronica per mettere in luce i cambiamenti intervenuti nel corso del tempo.

Analizziamo innanzitutto in sintesi le principali attività svolte dai Centri ed i relativi andamenti nel tempo. Si tratta di: servizi logistici, consulenza, formazione, comunicazione, promozione e sostegno alla progettualità. Solo per questi ambiti è stata possibile una comparazione con il quadriennio precedente, mentre per gli altri non risulta ancora possibile operare una rilevazione omogenea e attendibile su tutto il territorio nazionale, data la diversa classificazione e registrazione da parte dei Csv delle attività svolte.

Nel 2005 i Csv hanno fornito un insieme variegato di prestazioni, di cui si offre un quadro sintetico disaggregato nella tabella seguente:

- **99.113 consulenze**, con un incremento rispetto all'anno precedente del 3% circa. Costituendo la consulenza una tra le tipologie di servizi più tradizionali, tale incremento è reso possibile sia dall'avvio delle attività nei Centri del Sud, ma anche perché l'esigenza di consulenze cresce con lo sviluppo quantitativo e qualitativo delle stesse organizzazioni di volontariato;
- **64.678 servizi di carattere logistico**, che sono aumentati vertiginosamente rispetto al dato dell'anno precedente (+60% circa), grazie di nuovo all'attivazione di vari Centri al Sud;
- **41.350 ore di formazione** con una marcata diminuzione rispetto al 2004 (-23,9%) mentre aumenta il numero delle iniziative realizzate (+14,2%) e si registra una leggerissima flessione nel numero dei partecipanti (-1,6%);
- nell'**ambito della comunicazione** sono state prodotte 14.577 prestazioni, in calo rispetto al 2004 (-18,5%);
- le **attività di promozione** del volontariato passano da 3.194 a **3.356** (nel 2001 erano 886), facendo registrare un altro significativo aumento, pari a quasi l'11%;
- cresce, in maniera particolarmente robusta rispetto agli altri servizi, anche il **sostegno alla progettualità sociale** delle organizzazioni di volontariato (+67,5%);



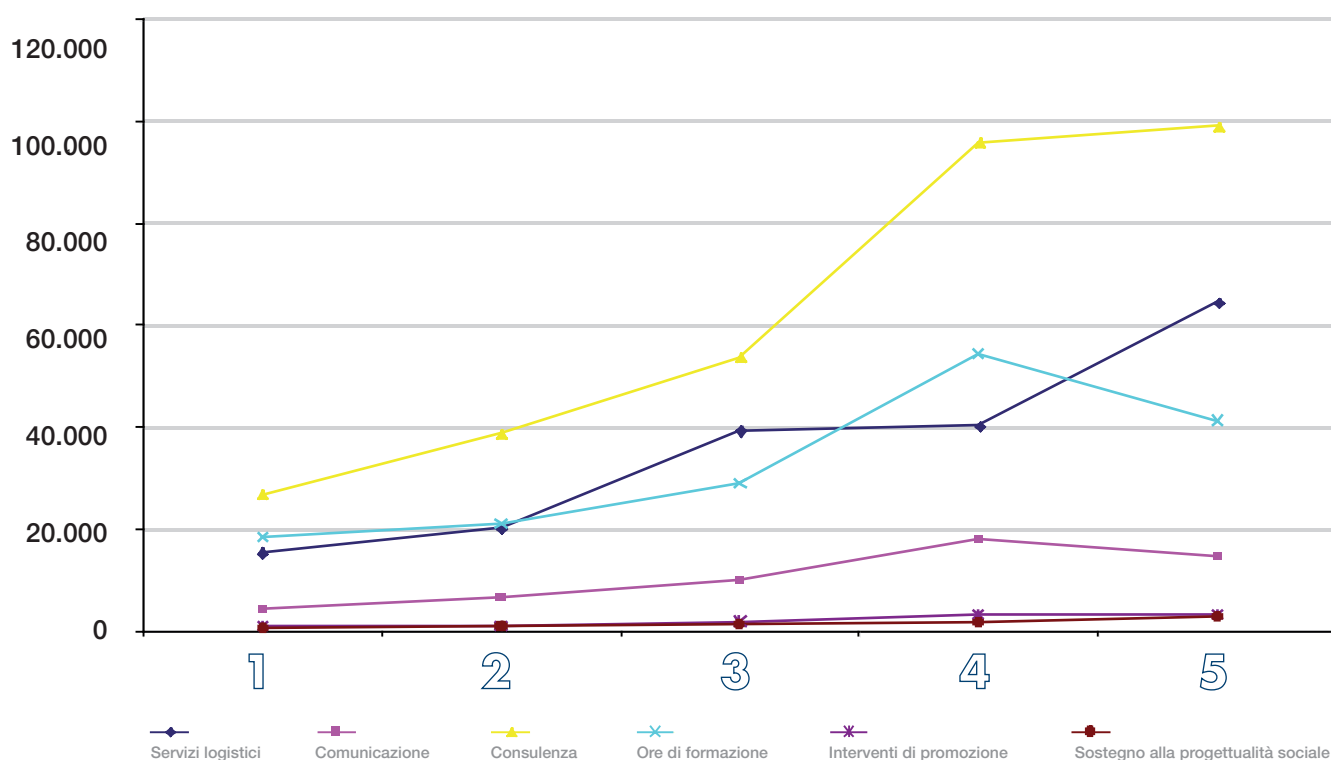
Tab. 4.8 I principali servizi erogati dai Centri nel corso del tempo

| | 2005 | | 2004 | 2003 | 2002 | 2001 |
|-------------------------------------|-------------|-------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Tipologia servizi | prestazioni | Var. 2004 2005 | prestazioni | prestazioni | prestazioni | prestazioni |
| Servizi logistici | 64.717 | +59,9% | 40.338 | 39.321 | 20.145 | 15.379 |
| Comunicazione | 14.577 | -18,5% | 17.888 | 10.095 | 6.576 | 4.349 |
| Consulenza | 99.113 | +3,3% | 95.977 | 53.857 | 38.750 | 26.914 |
| Ore di formazione | 41.350 | -23,9% | 54.335 | 29.076 | 20.952 | 18.431 |
| Interventi di promozione | 3.366 | +10,9% | 3.194 | 1.907 | 889 | 886 |
| Sostegno alla progettualità sociale | 2.705 | +67,5% | 1.642 | 1.392 | 890 | 623 |

Il grafico qui riportato ci permette in sintesi di notare quanto avvenuto nel corso della prima parte dell'attuale decennio:

- vi sono alcuni tipi di attività che hanno fatto registrare tassi di crescita molto sostenuti (la consulenza ed i servizi logistici);
- ve ne sono altri che hanno invece realizzato variazioni complessive più contenute ma comunque significative (sostegno alla progettualità e promozione del volontariato);
- due infine hanno mostrato una crescita consistente durante il quinquennio, ma sembrano aver subito una forte frenata nel passaggio dal 2004 al 2005.

ANDAMENTO DEI PRINCIPALI SERVIZI NEL PERIODO 2001-2005





Le prossime pagine sono dedicate ad approfondire maggiormente quanto avvenuto in ciascuno di questi settori di attività e ad analizzare altri settori su cui non è stato possibile compiere comparazioni con dati del passato.

4.3.2 Consulenze e assistenza qualificata

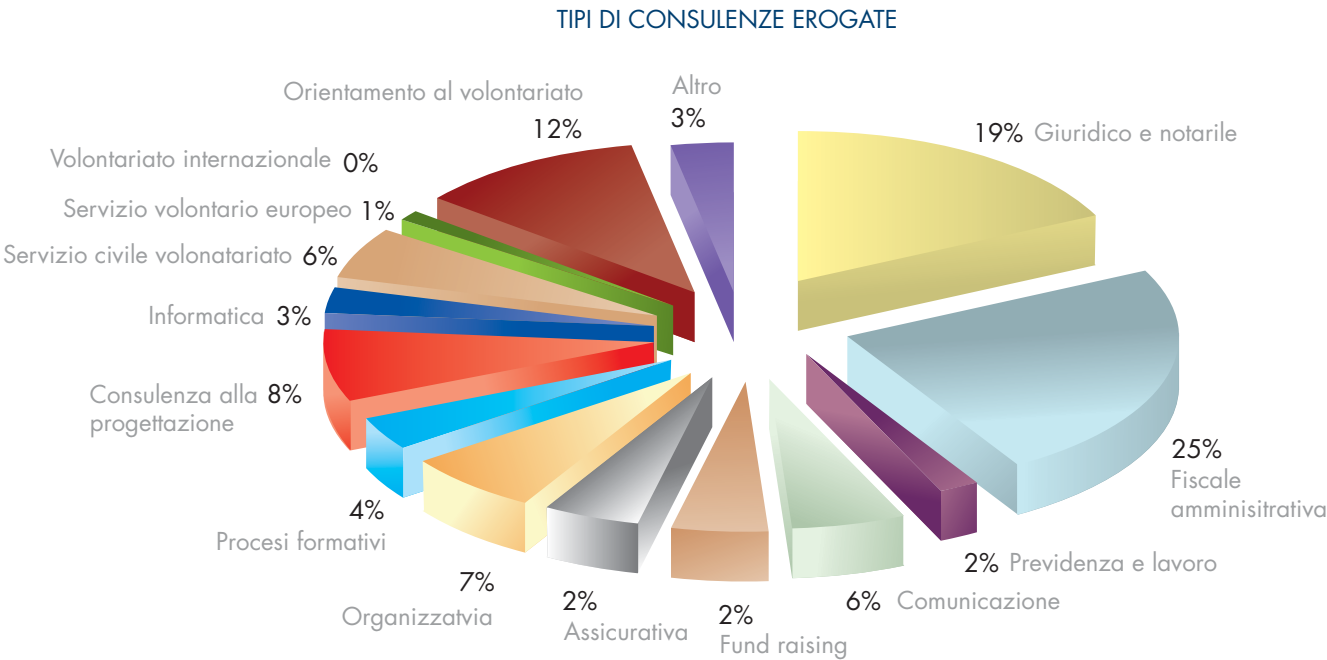
Per quello che riguarda il settore delle consulenze e dell’assistenza qualificata nel 2005 i Centri hanno offerto quasi 100 mila prestazioni, con un leggero aumento rispetto al 2004 (+ 3,3%). Tali prestazioni presentano un grado di sofisticazione medio-alto visto che si tratta soprattutto di consulenze (circa il 63%) e molto meno di informazioni di sportello. Inoltre, rispetto al 2004, sembra rafforzarsi la tendenza verso una offerta di servizi più specializzati e di secondo livello, visto che l’offerta (e quindi anche la domanda) si sposta sempre più verso le consulenze (+13,8%) e meno verso le informazioni di base (-10,8%). In tale contesto occorre sottolineare come sempre più spesso le informazioni siano veicolate attraverso strumenti informatici quali siti e newsletter inviate via mail.

Tab. 4.9 Consulenza e assistenza qualificata

| Tipologia | N° prestazioni 2005 | Diff. 2004-2005% |
|---------------------------|---------------------|------------------|
| Informazioni di sportello | 36.643 | -10,8% |
| Consulenze | 62.470 | 13,8% |
| Totale | 99.113 | 3,3% |

Dati di 71 centri su 77, alcuni parziali (i centri campani non hanno fatto attività vista loro recente attivazione)

All’interno del mondo complessivo delle consulenze, i servizi specifici offerti hanno interessato differenti aree: da quelle fiscali-amministrative (25%) e quelle giuridico-legali (19%), complessivamente le più frequenti, a quelle ad esempio riguardanti la consulenza alla progettazione (8%), organizzativa (7%) e comunicativa (6%), senza trascurare la rilevanza delle attività di orientamento al volontariato (12%).



Dati di 71 centri su 77, alcuni parziali (i centri campani non hanno fatto attività)



Il dettaglio macro-regionale ci mostra come le varie aree del paese abbiano attribuito un peso differente ai due principali tipi di prestazioni previste:

- il Sud appare l'area in cui ancora è fortemente prevalente la presenza di informazioni di sportello; ciò in buona parte è spiegabile in termini di evoluzione temporale del ruolo giocato nei territori dai Centri, che in questa area sono sorti in genere più tardi che altrove e che quindi offrono risposte ancora in buona parte di base;
- il Centro è invece il contesto in cui più fortemente ci si è spinti verso servizi di secondo livello e più sofisticati (80,6%);
- il Nord si situa in una posizione più vicina al Centro, senza però aver adottato in maniera così forte il modello di interventi (nettamente predominanti) di secondo livello.

Tab. 4.10 Consulenza e assistenza qualificata - Dati macroregionali

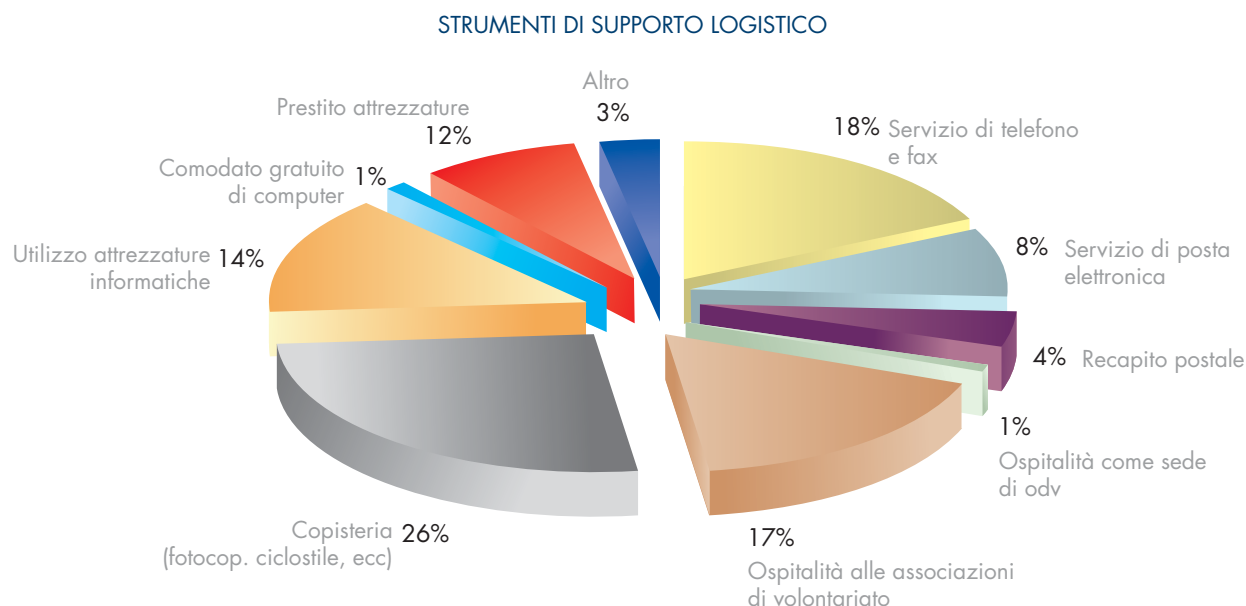
| Ripartizione | Nord Ovest | Nord Est | Centro | Mezzogiorno | Totale |
|---------------------------|------------|----------|--------|-------------|--------|
| Informazioni di sportello | 31,6% | 33,1% | 19,4% | 66,3% | 36,9% |
| Consulenze | 68,4% | 66,9% | 80,6% | 33,7% | 63,1% |
| Totale (%) | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Dati di 71 centri su 77, alcuni parziali (i centri campani non hanno fatto attività)

4.3.3 Strumenti di supporto logistico

Una mole non certo irrilevante di prestazioni offerte dai Centri riguarda la fruibilità di vari strumenti di supporto logistico che favoriscono l'azione, soprattutto delle realtà di più ridotte dimensioni: nel 2005 sono state circa 65 mila le prestazioni di tale tipo erogate. Le principali attività di supporto logistico sono l'accesso alla copisteria (26%), il servizio di telefono e fax (18%), la fruizione di spazi per ospitare riunioni ed attività delle associazioni di volontariato (17%), l'utilizzo di attrezzature informatiche (14%) ed il prestito di varie attrezzature (8%).

Rispetto all'anno 2004 le attività di supporto logistico vedono un forte incremento (+59,9%). In particolare tutte le principali voci appena riportate (tranne il prestito di attrezzature) sono aumentate molto fortemente, con incrementi vicini o pari all'80-100%.





Tab. 4.11 Strumenti di supporto logistico

| Tipologia | 2005 | Diff. % 2004 |
|--|---------------|--------------|
| Servizio di telefono e fax | 11.708 | 81,7% |
| Servizio di posta elettronica | 5.358 | 58,3% |
| Recapito postale | 2.580 | 46,3% |
| Ospitalità come sede di odv | 855 | -24,3% |
| Ospitalità alle associazioni di volontariato | 10.848 | 97,0% |
| Copisteria (fotocopiatura, ciclostile, ecc.) | 16.800 | 95,9% |
| Utilizzo di attrezzature informatiche | 8.862 | 87,1% |
| Comodato gratuito di computer | 616 | -44,0% |
| Prestito attrezzature | 4.887 | 3,8% |
| Altro | 2.203 | -28,8% |
| Totale | 64.717 | 59,9% |

Dati di 76 centri su 77, alcuni parziali

La distribuzione dei vari tipi di prestazioni di supporto per macro-area non vede particolari differenze fra Nord, Centro e Sud.

4.3.4 Iniziative di promozione del volontariato

Le attività di promozione diretta ed indiretta del volontariato sono azioni che i Csv hanno intrapreso, in genere, solo dopo aver consolidato la propria capacità di erogazione di servizi e in seguito ad attente analisi sui bisogni e le caratteristiche del volontariato locale.

Alla luce di questa premessa è più facile comprendere la progressiva crescita registrata in questo ambito di attività che per quest'anno si posiziona su un incremento del 10,9 % con un totale di 3.356 prestazioni.

Un campo di particolare attenzione è stato quello delle iniziative rivolte alle scuole: gli studenti risultano infatti il principale target di attività di promozione (26,7%), seguiti da iniziative a più ampio raggio quali convegni e conferenze (21,6%). Queste due attività da sole contano per quasi la metà di quelle complessivamente promosse.

Seguono poi a maggiore distanza, in termini di frequenza, le campagne promozionali (14,1%), brevi 'stage' ed esperienze di sperimentazione dell'impegno volontario diretto (12,7%), mostre e feste (10,8%).

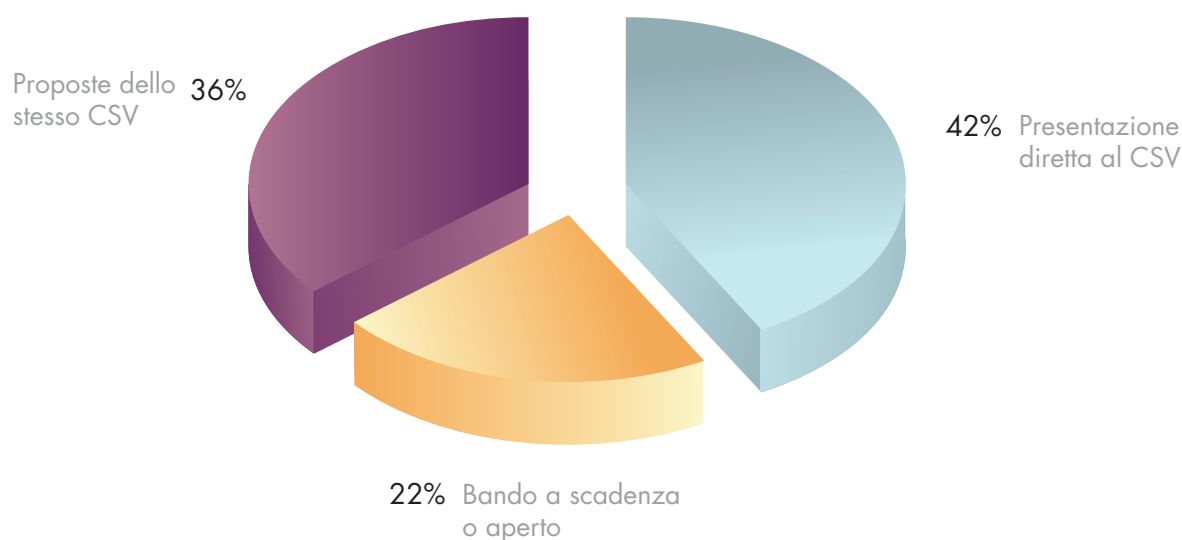
Di nuovo, come già registrato per le attività di supporto logistico, anche per le principali iniziative di promozione del volontariato il 2005 ha rappresentato un anno di ulteriore e forte incremento dell'impegno dei Centri rispetto al 2004.

Tab. 4.12 Iniziative di promozione del volontariato

| Tipologia | 2005 | Diff. % |
|---|---------------|--------------|
| Manifestazioni sportive | 1,1% | -53,2% |
| Iniziative rivolte alle scuole | 26,7% | 18,7% |
| Convegni, conferenze | 21,6% | 16,8% |
| Mostre, feste | 10,8% | 33,3% |
| Spettacoli al di fuori di mostre o feste | 2,4% | nd |
| Pubblicazioni | 6,4% | -6,1% |
| Campagne promozionali, manifesti | 14,1% | 12,6% |
| Occasioni per sperimentare l'impegno volontario | 12,7% | -0,9% |
| Altro | 4,5% | -31,5% |
| Totale (%) | 100,0% | 10,9% |
| Totale (v.a.) | 3.366 | - |

Queste iniziative tendono ad originarsi in maniera abbastanza differenziata a seconda dei casi. In circa il 42% delle attività si tratta di una risposta che i Centri danno a proposte provenienti direttamente dal mondo del volontariato. In tutti gli altri casi il ruolo di promotore è molto più a capo del Centro stesso.

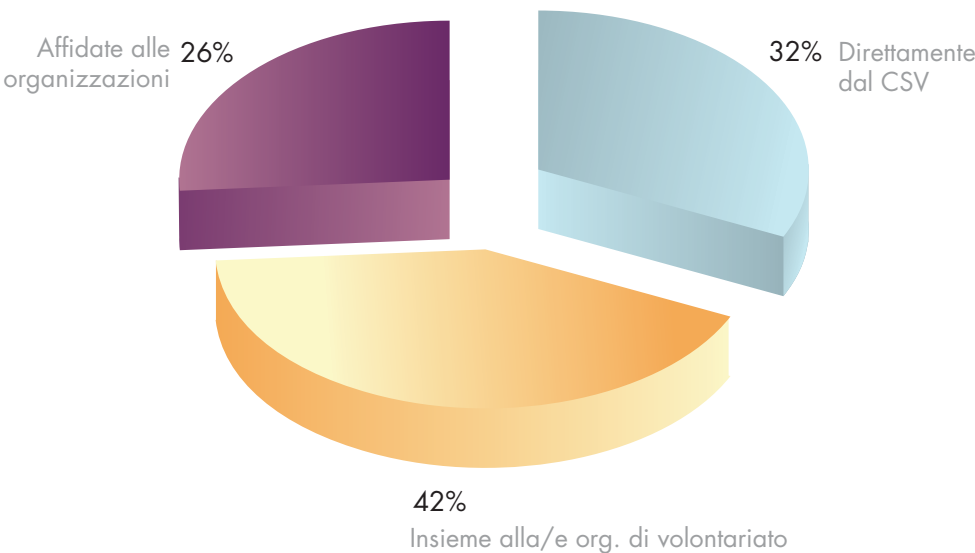
INIZIATIVE DI PROMOZIONE / MODALITÀ DI PROPOSTE



Molto significativo è anche il dato relativo alle modalità di gestione delle iniziative. Accanto ad un ruolo rilevante da parte unicamente dei Centri (32%), si registra infatti una buona collaborazione assieme alle organizzazioni di volontariato nel 42% dei casi. Le ragioni di tale scelta non sono naturalmente di ordine meramente strutturale e trovano invece spiegazione nella volontà di valorizzare il ruolo attivo delle organizzazioni presenti sul territorio, sviluppando percorsi orientati alla crescita comune e non ad un rapporto, tra volontariato e Centri, improntato alla supplenza.



INIZIATIVE DI PROMOZIONE / MODALITÀ DI GESTIONE



La collaborazione, d'altra parte, rappresenta in alcuni casi, un indubbio valore aggiunto capace di semplificare anche i rapporti più complessi. È il caso ad esempio delle attività che si realizzano in ambito scolastico per le quali si registra il più alto grado di sinergia tra Odv e Csv. Un dato a cui è possibile dare una duplice spiegazione: da una parte la promozione del volontariato, in particolare tra i giovani, non può che passare attraverso le stese Odv; dall'altra è possibile che le scuole nell'aprirsi in modo strutturato alle organizzazioni di cittadini trovino maggiori e sufficienti garanzie in un terzo soggetto qualificato e in grado di svolgere un ruolo di "facilitatore" o di trait d'union quale è rappresentato dal Centro di servizio. Le due spiegazioni, naturalmente, non sono necessariamente alternative l'una a l'altra.

Tab. 4.13 Iniziative di promozione del volontariato per modalità di gestione delle attività

| Tipologia | Direttamente dal CSV | Insieme alla/e org. di volontariato | Affidate alle organizzazioni |
|---|----------------------|-------------------------------------|------------------------------|
| Manifestazioni sportive | 54,5% | 15,2% | 30,3% |
| Iniziative rivolte alle scuole | 17,3% | 61,3% | 21,4% |
| Convegni, conferenze | 57,6% | 27,3% | 15,1% |
| Mostre, feste | 32,5% | 45,8% | 21,7% |
| Spettacoli al di fuori di mostre o feste | 25,0% | 50,0% | 25,0% |
| Pubblicazioni | 36,7% | 52,2% | 11,1% |
| Campagne promozionali, manifesti | 26,9% | 58,3% | 14,8% |
| Occasioni per sperimentare l'impegno volontario | 27,0% | 17,2% | 55,8% |
| Altro | 6,7% | 11,3% | 82,0% |
| Totale | 31,5% | 42,7% | 25,8% |

Dati di 76 centri su 77, alcuni parziali



Vista la rilevanza delle iniziative di promozione del volontariato nel mondo scolastico, si è deciso di compiere un approfondimento in tal senso:

- al Centro-Nord fra l'88% ed il 100% dei Centri ha svolto attività in tal senso, mentre al Sud la percentuale rimane molto alta, seppur calando al 68% circa;
- complessivamente in Italia cinque Centri ogni sei hanno sviluppato iniziative di promozione rivolte alla scuola;
- le attività hanno interessato circa 1.700 scuole di diverso ordine e grado, favorendo l'incontro di oltre 100 mila studenti e 3.000 docenti con circa 2.400 realtà del volontariato.

Un ricco interscambio di esperienze e conoscenze viene quindi in maniera rilevante favorito e promosso dal mondo dei Csv.

Tab. 4.14 Centri che hanno attivato attività di promozione del volontariato specificatamente rivolte al mondo scolastico

| Ripartizione | % Si su totale |
|---------------|----------------|
| Nord-Ovest | 96,0% |
| Nord-Est | 88,2% |
| Centro | 100,0% |
| Sud | 67,9% |
| Totale | 84,2% |

Dati di 76 centri su 77

Tab. 4.15 Le attività di promozione del volontariato specificatamente rivolte al mondo scolastico: i numeri

| Numeri | |
|---|--------------|
| N. scuole elementari coinvolte | 249 |
| N. scuole medie coinvolte | 399 |
| N. scuole superiori coinvolte | 1.050 |
| Totale scuole coinvolte | 1.698 |
| N. studenti incontrati | 101.349 |
| N. docenti coinvolti | 2.986 |
| N. organizzazioni di volontariato coinvolte | 2.406 |

Dati di 76 centri su 77



4.3.5 Sostegno alla progettazione sociale

Il sostegno, anche economico, alla progettazione sociale e alla realizzazione di iniziative del volontariato è un attività che, al pari della promozione, ha subito un’accelerazione più decisa nella seconda fase di istituzione dei Csv e quindi negli anni più recenti.

Nel 2005 le iniziative sono state circa 2.700 e, rispetto al 2004, sono aumentate del 67,5%, mentre l’investimento economico complessivo per questo tipo di attività è passato da euro 12.506.427,72 a euro 15.342.281,66, facendo quest’ultimo registrare un incremento pari al 22,7%. Se si tengono presenti il numero dei progetti e quello degli importi complessivi, si nota che, essendo stato l’aumento dei progetti maggiore di quello registrato per le risorse finanziarie, è diminuito l’importo medio del sostegno economico per iniziativa (passato da circa 7.743 euro a 5.671).

Aumenta quindi il coinvolgimento dei Csv nel sostegno alla progettazione con l’adozione di una parziale logica di microcredito ai progetti. I due trend che quindi si registrano nell’ultimo anno sono da un lato un forte impulso al micro-credito, come in parte si evince anche dalle modalità di raccolta delle proposte, dall’altro l’adozione di una logica di promozione di forme di co-progettazione fra Centri e organizzazioni sul territorio. Tale interpretazione risulta abbastanza chiara se si analizzano le modalità di gestione dei progetti: i Centri stanno lentamente scegliendo di non delegare semplicemente agli attori locali la progettazione e la realizzazione, quanto di rafforzare la rete con i propri territori. In particolare:

- sotto il profilo delle modalità di raccolta delle proposte, è in forte aumento l’incidenza della presentazione diretta di progetti da parte delle Odv, soprattutto micro-progetti (ne sono stati finanziati 1.100 circa di nuovi nel 2005); circa la metà delle proposte avviene in tale maniera (47,1%), mentre nei restanti casi si procede in genere tramite un bando (48,4%);
- per quanto concerne invece le modalità di gestione, aumenta il coinvolgimento dei Csv accanto alle organizzazioni (+12,4%), in un panorama che vede comunque ancora maggioritario l’affidamento diretto al volontariato (59,6%) rispetto alla co-gestione (37,4%).

Tab. 4.16 Sostegno alla progettazione sociale delle Odv

| | | 2005 | 2004 | Var. 2004-05 |
|---|-------------------------------------|-----------------|-----------------|--------------|
| Numero iniziative realizzate | | 2.705 | 1.615 | 67,5% |
| Entità sostegno economico diretto o attraverso la compartecipazione del Csv alle azioni (?) | | € 15.342.281,66 | € 12.506.427,72 | 22,7% |
| Importo medio per il sostegno economico per iniziativa | | € 5.671,82 | € 7.743,92 | -26,8% |
| Progetti per modalità di raccolta delle proposte | Presentazione diretta al Csv | 47,1% | 36,3% | 29,8% |
| | Bando | 48,4% | 58,5% | -17,2% |
| | Proposte dello stesso Csv | 4,4% | 5,2% | -14,8% |
| Progetti per modalità di gestione | Direttamente dal Csv | 2,9% | 5,6% | -47,9% |
| | Insieme alla/e org. di volontariato | 37,4% | 33,3% | 12,4% |
| | Affidate alle organizzazioni | 59,6% | 61,1% | -2,4% |

Dati dei 43 centri che fanno progettazione



I singoli territori hanno seguito strategie abbastanza differenziate di supporto della progettazione del volontariato:

- nel Centro Italia l'importo medio per progetto (17.747) è molto più consistente rispetto al dato nazionale; inoltre la gran parte dei progetti è proposta tramite bando (80,5%) e gestita dandola in affidamento alle organizzazioni (80,5%); il modello è quindi quello di promuovere relativamente pochi progetti per importi considerevoli, tramite bando e poi affidarne la gestione al territorio;
- al Nord-Ovest e, anche più, al Sud invece il modello appare rovesciato rispetto a quello del Centro, con importi medi per progetto limitati (rispettivamente circa 2.900 e 2.100 euro), una presentazione degli stessi ad opera delle associazioni, a cui si associa una maggiore co-gestione insieme ai Csv; in particolare se la co-gestione è diffusa nel Nord-Ovest (46,8%), al Sud essa diventa la principale modalità di realizzazione dei progetti (82,8%); si nota quindi una forte propensione da parte dei nuovi Centri del Sud di porsi non tanto come finanziatori, bensì come promotori della crescita delle attività ma anche delle capacità progettuali dei territori;
- il Nord-Est propone nel 2005 un modello intermedio fra i precedenti con importi mediamente più alti rispetto a quelli del Sud e del Nord-Ovest (6.547 euro), ma nettamente più contenuti rispetto a quelli del Centro, un ricorso allo strumento dei bandi ben più diffuso rispetto alla media nazionale (62,4%), in un contesto però di forte delega nella realizzazione dei progetti al territorio (74,2%).

Tab. 4.17 Sostegno alla progettazione sociale delle Odv a seconda delle macro-aree geografiche

| Ripartizione | N° iniz. realiz. | Oneri sostenuti | Importo medio progetto | MODALITÀ PRINCIPALI PRESENTAZIONE | | MODALITÀ PRINCIPALI DI GESTIONE | |
|---------------|------------------|----------------------|------------------------|-----------------------------------|--------------|---------------------------------|-------------------|
| | | | | Presentaz. diretta a Csv | Bando | Insieme a org.ni | Affidate a org.ni |
| Nord Ovest | 599 | 1.736.948,88 | 2.899,75 | 72,8% | 25,4% | 46,8% | 52,5% |
| Nord Est | 1506 | 9.860.344,82 | 6.547,37 | 33,2% | 62,4% | 22,3% | 74,9% |
| Centro | 159 | 2.821.885,70 | 17.747,71 | 11,9% | 80,5% | 19,5% | 80,5% |
| Mezzogiorno | 441 | 923.102,26 | 2.093,20 | 79,8% | 13,2% | 82,8% | 9,6% |
| Totale | 2705 | 15.342.281,66 | 5.671,82 | 47,1% | 48,4% | 37,4% | 59,6% |

Dati dei 43 CSV che fanno progettazione



4.3.6 Iniziative formative

Sotto il profilo delle iniziative formative proposte dai Centri, si può ipotizzare che in molti contesti stia avvenendo un processo di maturazione nei contenuti delle attività realizzate. Se infatti nel 2005 sono state realizzate 2.486 iniziative, che hanno coinvolto 67.830 utenti, di cui il 56% circa in corsi strutturati senza stage e circa il 40% tramite singoli incontri e seminari, per un totale di 41.350 ore di formazione, è interessante notare alcuni trend rispetto all'anno precedente:

- aumenta il numero di iniziative realizzate (14,2%);
- diminuiscono leggermente il numero di partecipanti (-1,6%) e, soprattutto fortemente, il numero di ore complessive (-23,9%).

Tali trend sono interpretabili appunto in una logica di trasformazione del tipo di servizio offerto e richiesto in tutti quei territori in cui da anni ormai i Centri sono attivi con attività di formazione: sempre più ormai negli ultimi anni i Csv hanno già offerto un primo blocco di competenze di base (ad esempio nel campo della amministrazione e della comunicazione), e stanno passando a proporre corsi più specifici, mirati e sofisticati che richiedono più iniziative con meno partecipanti e per un numero più limitato di ore. Ad esempio dopo che per alcuni anni si sono offerti corsi sulla tenuta della contabilità e difficile trovare, in un bacino di utenza comunque limitato geograficamente, sempre nuove organizzazioni che necessitano di corsi di base di tale tipo. Aumentano invece le realtà con bisogni più specifici e di secondo livello che possono essere affrontati tramite corsi di aggiornamento più brevi e con destinatari mirati e quindi più ridotti.

Tab. 4.18 Le caratteristiche delle attività formative promosse dai Csv

| | Incontri singoli e seminari | Corsi strutturati anche a moduli (con stage) | Corsi strutturati anche a moduli (senza stage) | Altro | Totale 2005 | Diff. 2004 % |
|-----------------------|-----------------------------|--|--|-------|-------------|--------------|
| Utenti partecipanti | 26.954 | 2.779 | 38.005 | 92 | 67.830 | -1,6% |
| Ore complessive | 4.130 | 3.769 | 33.443 | 8 | 41.350 | -23,9% |
| Iniziative realizzate | 531 | 130 | 1.813 | 12 | 2.486 | 14,2% |

Dati di 76 centri su 77, alcuni parziali

Questa interpretazione è sostenuta anche dai diversi andamenti nelle attività formative a seconda dell'area geografica: il Sud, che è il territorio in cui i Centri hanno iniziato ad operare in anni più recenti è l'area in cui sono in forte crescita iniziative formative presumibilmente di base che vedono crescere in maniera poderosa sia gli utenti, che le ore di formazione che il numero delle iniziative. Negli altri contesti, dove invece si è raggiunta una certa maturità del fenomeno tendono a contrarsi il numero degli utenti e spesso le ore.

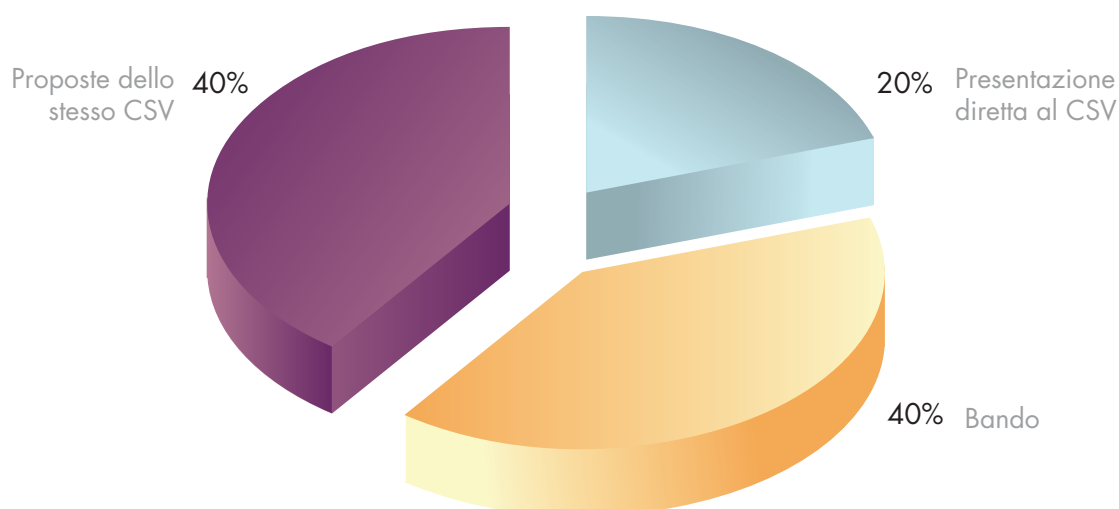
Tab. 4.19 Attività formative per ripartizione: diff. % con 2004

| Ripartizione | Utenti | Ore | Iniziative |
|--------------|--------|------|------------|
| Nord Ovest | -2,3% | 15% | 10,8% |
| Nord Est | -32,5% | -76% | 7,7% |
| Centro | -21,1% | -16% | -13,6% |
| Mezzogiorno | 128,1% | 113% | 120,9% |
| Totale | -1,6% | -24% | 14,2% |

Dati di 76 centri su 77

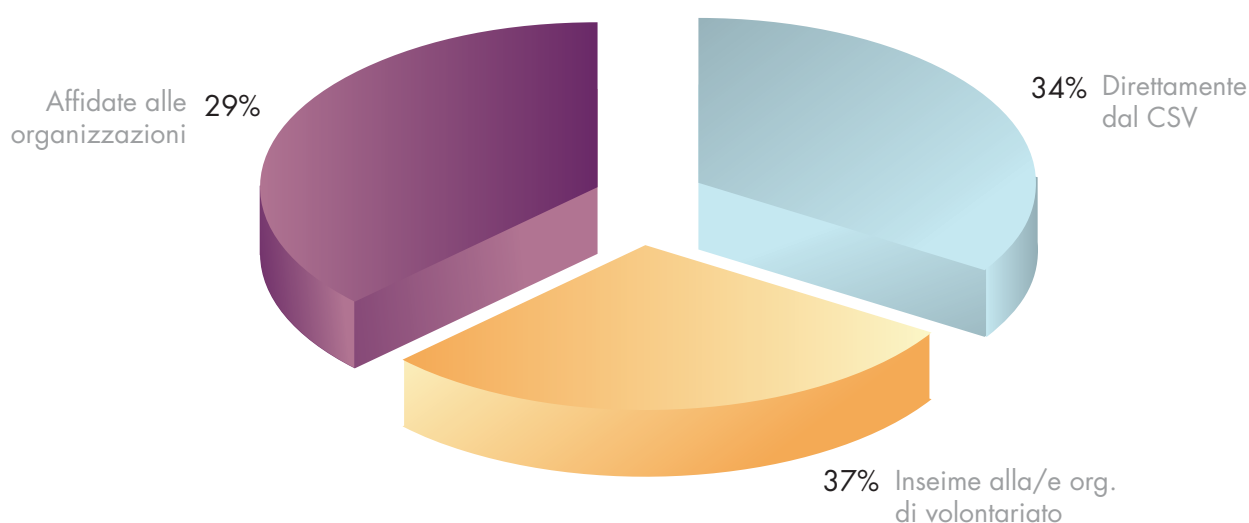
Rispetto alla promozione dei progetti, nel campo della formazione il ruolo propositivo dei Centri, sia direttamente che tramite bandi, è anche più forte visto che circa l'80% delle proposte è presentato tramite questi due canali.

ATT. FORMATIVE: MODALITÀ DI RACCOLTA DELLE PROPOSTE



Per quanto concerne invece le modalità di gestione è ugualmente importante far rilevare il ruolo attivo giocato dai Centri che direttamente (34%) o in collaborazione con organizzazioni di volontariato (37%) tendono a partecipare alla fase di realizzazione delle iniziative. Solo nel 29% si è invece in presenza di una delega di tali attività ai territori.

MODALITÀ DI GESTIONE





4.3.7 Le attività di promozione dello sviluppo delle reti e delle relazioni tra le organizzazioni di volontariato

Uno dei temi più discussi attualmente all'interno del mondo dei Centri è relativo al loro ruolo nel promuovere reti fra realtà di volontariato, in genere in un'ottica di potenziamento sia della loro capacità di co-progettazione che di rappresentanza nei tavoli di policy con gli altri attori, anche istituzionali, presenti sul territorio.

I dati riferiti al 2005 mostrano come ormai si sia entrati nella gran parte dei territori in una logica di creazione di rete e non solo di supporto: i tre quarti dei Csv (73,7%) sono attivi infatti in tale opera di rafforzamento delle reti.

Se si differenzia inoltre fra Sud (57,1%) e resto d'Italia (dove le percentuali oscillano fra l'80% del Nord-Ovest e l'88,2% del Nord-Est), appare anche più chiaramente come nel Centro-Nord Italia il ruolo dei Centri si giochi sempre più anche lungo questa dimensione di azione più 'strategica' e spesso di *policy*. Segno, questo, della fase di maturità che tali CSV stanno attraversando rispetto a quelli più "giovani" del Sud d'Italia.

Tab. 4.20 Realizzazione di attività di promozione dello sviluppo delle reti e delle relazioni tra le Odv o di animazione territorio

| Ripartizione | % sul totale dei Centri per area |
|---------------|----------------------------------|
| Nord-Ovest | 80,0% |
| Nord-Est | 88,2% |
| Centro | 83,3% |
| Sud | 57,1% |
| Italia | 73,7% |

Dati di 76 centri su 77

- In particolare, analizzando nel concreto quali attività vengono svolte:
- oltre un Centro su due promuove e/o sostiene tavoli di coordinamento finalizzati alla realizzazione di progetti (52,6%);
 - il 42,2% promuove e/o sostiene lo sviluppo di consulte e coordinamenti a livello territoriale;
 - un terzo promuove e/o sostiene consulte e coordinamenti a livello tematico, il coordinamento del volontariato all'interno dei Piani di Zona, sostiene le reti esistenti.





Tab. 4.21 Tipi di attività di promozione dello sviluppo delle reti e delle relazioni tra le Odv o di animazione territorio

| Attività | % su totale Csv |
|---|-----------------|
| Promozione e sviluppo di consulte e/o coordinamento a livello territoriale | 42,2% |
| Promozione e sviluppo di consulte e/o coordinamento a livello tematico | 34,2% |
| Tavoli di coordinamento finalizzati alla realizzazione di progetti | 52,6% |
| Attività legate al coinvolgimento del volontariato nella creazione e attuazione dei Piani di zona | 34,2% |
| Sostegno alle reti esistenti | 32,9% |
| Altro | 7,9% |
| Totale | 100,0% |

Dati di 76 centri su 77

4.3.8 Attività di comunicazione e informazione

Informare, comunicare e sensibilizzare sul mondo del volontariato e sulle tematiche inerenti l'impegno sociale è un'altra rilevante *mission* dei Centri. Complessivamente nel 2005 sono state 14.577 le attività concernenti tale campo, riguardanti in buona parte la promozione di servizi giornalistici sui media (61%) e i comunicati stampa (26%). Tali attività risultano però in sensibile riduzione rispetto al 2004 (-18,5%): praticamente tutti i principali campi di attività risultano in contrazione. In realtà, come si è illustrato all'inizio di questo capitolo dedicato alle attività, il dato del 2005 appare inferiore a quello del 2004 ma superiore a quello degli anni precedenti.

Tab. 4.22 Attività di comunicazione e informazione

| Tipologia | Num 2005 | Diff. % |
|---|---------------|---------------|
| Comunicati stampa | 3.819 | -24,9% |
| Conferenze stampa | 332 | -8,3% |
| Servizi giornalistici sui media | 8.883 | -17,8% |
| Creazione di speciali eventi di comunicazione del Csv | 237 | -46,5% |
| Altro | 1.306 | 9,3% |
| Totale | 14.577 | -18,5% |

Dati di 76 centri su 77

Le pubblicazioni nel 2005 rimangono pressoché invariate rispetto all'anno precedente mentre c'è un leggero aumento per ciò che concerne quelle a stampa (con un numero di copie pari a 3.475.026). Nel 2005 fa la sua comparsa nella rilevazione sui Csv lo strumento delle Newsletter elettroniche. Questo nuovo strumento ha il compito di informare tempestivamente gli utenti e con una diffusione di **1.022.302** copie, si può ipotizzare che riesca per ora sufficientemente bene ad offrire un servizio ed una comunicazione molto celere.



Tab. 4.23 Le pubblicazioni periodiche prodotte dai Centri

| Periodicità | Numero di testate | Pubblicazione (via internet) | Pubblicazione (a stampa) | Copie diffuse Totale |
|----------------|-------------------|------------------------------|--------------------------|----------------------|
| Settimanale | 6 | 3 | 3 | 2.340.000 |
| Quindicinale | 2 | 1 | 2 | 21.734 |
| Mensile | 12 | 6 | 12 | 676.030 |
| Bimestrale | 22 | 5 | 22 | 217.732 |
| Trimestrale | 17 | 6 | 16 | 162.300 |
| Quadrimestrale | 4 | 0 | 4 | 25.780 |
| Semestrale | 4 | 2 | 4 | 15.200 |
| Annuale | 3 | 1 | 3 | 6.750 |
| Altro | 1 | 0 | 1 | 9.500 |
| Totale | 71 | 24 | 67 | 3.475.026 |

Dati di 56 centri su 77

Tab. 4.24 Le newsletter diffuse

| Periodicità | Numero di testate | Pubblicazione (via internet) | Pubblicazione (a stampa) | Copie diffuse Totale |
|---------------|-------------------|------------------------------|--------------------------|----------------------|
| Settimanale | 16 | 16 | 0 | 388.400 |
| Quindicinale | 19 | 18 | 4 | 618.260 |
| Mensile | 6 | 5 | 1 | 12.842 |
| Trimestrale | 3 | 2 | 1 | 2.800 |
| Totale | 44 | 41 | 6 | 1.022.302 |

Dati di 44 centri su 77

Accanto a pubblicazioni periodiche e newsletter, i Centri hanno prodotto e diffuso un alto numero di dispense, libri e manuali, così come di audiovisivi (complessivamente quasi 193 mila):

Tab. 4.25 Pubblicazioni non periodiche

| Tipo di pubblicazione | Diffusione via internet | Diffusione a stampa | Copie |
|--|-------------------------|---------------------|----------------|
| Pubblicazione e diffusione di dispense, libri, manuali | 11 | 51 | 184.629 |
| Audiovisivi | 3 | 12 | 8.047 |
| Totale | 14 | 63 | 192.676 |

Dati di 50 centri su 77

La diffusione e il largo impiego di uno strumento come la newsletter sono inoltre strettamente collegati all'uso di altri strumenti, quali ad esempio la creazione di siti internet concernenti i Centri: praticamente quasi tutti lo hanno attivato. In particolare non vi è Csv del Centro-Nord che non ne sia provvisto, mentre ancora al Sud la situazione è in evoluzione, anche se già l'85,7% delle realtà ne è provvisto.



Tab. 4.26 Centri provvisti di siti internet per area geografica di appartenenza

| Ripartizione | |
|---------------|--------------|
| Nord-Ovest | 100,0% |
| Nord-Est | 100,0% |
| Centro | 100,0% |
| Sud | 85,7% |
| Totale | 94,8% |

Dati di 77 centri su 77

4.3.9 La documentazione disponibile

Un ultimo tipo di attività offerto da molti Centri è l'accesso a documentazione ed altro materiale concernente il volontariato ed il terzo settore sotto molteplici punti di vista (normativa, statistiche, materiali e dispense adatte per la formazione, etc.).

Tale patrimonio documentario di proprietà o di accesso tramite i Csv ha raggiunto ormai dimensioni imponenti: complessivamente si tratta di circa 280 mila pubblicazioni e documenti conservati in proprio dai Centri (58 mila circa) o, più spesso, accessibili tramite convenzione e gestiti da altri soggetti (quasi 223 mila).

Tab. 4.27 Patrimonio di documentazione sul volontariato e sul terzo settore

| | Pubblicazioni e documenti conservati in proprio | Pubblicazioni e documenti accessibili tramite convenzione e gestiti da altri |
|--------------------------|---|--|
| Libri, manuali, opuscoli | 35.060 | 215.387 |
| Riviste | 18.287 | 4.867 |
| Video | 1.180 | 850 |
| Raccolta di leggi | 3.452 | 1.543 |
| Totale | 57.979 | 222.647 |

Dati di 76 centri su 77

Accanto a tale documentazione, i Centri hanno iniziato a gestire direttamente molte informazioni, non necessariamente solo di tipo anagrafico di base, ma anche più complesse, su una quantità assolutamente non irrilevante di organizzazioni nonprofit, non solo di volontariato, ma anche di altro tipo (associazioni di promozione sociale, cooperative sociali, etc.). Tali informazioni se, in prospettiva, raccolte in maniera più sistematica, omogenea e integrata fra i vari Csv possono rappresentare una fonte di informazioni molto preziosa per comprendere quello che sta succedendo in Italia nel terzo settore, e nel volontariato in particolare.



Tab. 4.28 Banche dati gestite dal Csv nel 2005

| | Totale | di cui si possiedono informazioni anagrafiche | di cui si possiedono altre informazioni |
|---------------------------------|--------|--|--|
| Odv (iscritte e non iscritte) | 41.303 | 36.396 | 41.303 |
| Associazioni promozione sociale | 7.633 | 7.663 | 2.778 |
| Cooperative sociali | 2.835 | 2.817 | 684 |
| Altre istituzioni | 31.493 | 27.989 | 6.223 |

Dati di 75 centri su 77