

nero**subianco**
numeroTRE - 2012

Add value e volontariato

La cultura dei processi di valutazione
a cura di **Il Laboratorio**

Il valore economico della gratuità
a cura di **M. Musella e M. Santoro**

CSV
centro di servizio per il volontariato

nero**su****bianco**
numeroTRE - 2012

Add value e volontariato

La cultura dei processi di valutazione
a cura di **Il Laboratorio**

Il valore economico della gratuità
a cura di **M. Musella e M. Santoro**

CSV 
centro di servizio per il volontariato

INDICE

Introduzione	07
--------------	----

PRIMA PARTE

La cultura dei processi di valutazione	09
--	----

1 I sentieri della valutazione partecipata	11
---	----

1.1 Intangibilità dell'intervento	12
-----------------------------------	----

1.2 Difficoltà nel costruire la valutazione sugli obiettivi	12
---	----

1.3 La difficoltà a definire degli standard	14
---	----

1.4 La necessità di diventare superflui	15
---	----

2 Il racconto di un cammino...	20
---------------------------------------	----

2.1 La formazione del gruppo e l'elaborazione dello strumento	21
--	----

2.2 L'informazione, gli incontri di verifica partecipata e la stesura definitiva	23
---	----

3 I luoghi visitati...	24
-------------------------------	----

4 Alla fine del cammino...	37
-----------------------------------	----

4.1 Applicazione dello strumento e riscontro	37
--	----

4.2 L'uso futuro e l'utilità nel tempo	41
--	----

SECONDA PARTE

Il valore economico della gratuità	44
Introduzione alla ricerca	45
1 Il ruolo del volontariato nell'economia pluralistica	48
1.1 Il mercato	49
1.2 Lo stato	50
1.3 L'economia del volontariato	51
2 Metodi: la valutazione economica del volontariato	54
2.1 Metodo diretto degli output misurato attraverso il prezzo di mercato di beni equivalenti	56
2.2 Metodo indiretto degli input basato sulla valorizzazione del lavoro	62
Bibliografia	67
Appendice	69
L'èquipe di ricerca	76

INTRODUZIONE

a cura di G. Gesso, N. Festeggiato

Se le nostre esperienze collettive fossero la guida teorica del fare, raccontarsi produrrebbe appartenenza e coesione sociale. Questi due studi sono esattamente il tentativo di un'auto-narrazione costituente: partecipare dunque agire. Non certo la partecipazione come gesto istintivo quanto piuttosto quale processo di sviluppo umano teso a facilitare le interconnessioni tra sistema educativo, sistema di welfare, sistema di produzione, dotazione di conoscenze.

Come valorizzare le capacità "sociali" e come incentivare lo scambio di saperi? Il CSV Napoli è partito da questo punto di domanda quando ha dato vita ai bandi d'idee per le reti della solidarietà. Un tentativo di innovare le forme di cooperazione e rafforzare la centralità dei processi di valutazione quali indispensabili al miglioramento continuo delle attività che il volontariato propone.

Allo stesso tempo il volontariato si confronta ed interagisce con i mondi della politica e dell'allocazione delle risorse. Rappresentarne la funzione economica solo apparentemente rappresenta una contraddizione. In un contesto caratterizzato da forte sperequazione nella distribuzione della ricchezza, debolezza del mercato e crisi dello Stato Regolatore, frammentazione sociale e scarsa propensione alla coesione, degrado urbano ed ambientale, presenza di economia criminale e di forme di controllo sociale e culturale, il volontariato deve letteralmente "pesare" nel processo di determinazione di politiche di welfare. Da queste considerazioni, qui probabilmente esposte in una brutale sintesi, nascono le due ricerche contenute in questo volume: "La cultura dei processi di partecipazione" e "Il valore economico della gratuità".

La realizzazione di questo lavoro è stato possibile grazie ad una sinergia di forze. Vogliamo dunque ringraziare le associazioni delle "reti della solidarietà" che hanno frequentato il laboratorio di cultura della valutazione e quelle che ci hanno ospitato nella fase di somministrazione delle interviste realizzate. I ringraziamenti vanno anche a quelle organizzazioni

che si sono rese disponibili alla somministrazione dei questionari sul valore monetario dei prodotti del volontariato.

A chiusura di questa breve introduzione ci corre l'obbligo di ringraziare quanti a vario titolo hanno reso possibile questo lavoro.

Per la ricerca sul "Valore economico della gratuità":

gli autori prof. Marco Musella (Professore ordinario di Economia Politica. Preside della facoltà di Scienze Politiche, Università degli Studi di Napoli Federico II.) e Maria Santoro (Dottore di ricerca in diritto pubblico e cultura dell'economia presso l'Università degli Studi di Napoli Federico II, facoltà di Scienze Politiche.)

Il gruppo di lavoro: Francesco Amati per l'inserimento ed elaborazione dati; Anna Gigante e Sara Petricciuolo per la somministrazione e il rilevamento dei dati.

Per la ricerca su "la cultura dei processi valutativi: Raffaella Codini, Roberto Latella, Marisa Randi, Franco Violante (associazione "Il Laboratorio).

PRIMA PARTE

**LA CULTURA DEI
PROCESSI DI
VALUTAZIONE**

*a cura di
Il Laboratorio*

Il difetto dell'approccio oggettivo diceva Dusenberry "è che non serve a scoprire niente... l'unico modo di imparare delle cose sugli indiani è appassionarsi e conquistarsi il loro amore e il loro rispetto..." ... "li ho visti nelle riserve questi ricercatori oggettivi" diceva. "non cavano un ragno da un buco..." C'è questo mito pseudo scientifico del porsi in modo oggettivo, per cui saresti come cancellato dalla faccia della terra e tutto ti apparirebbe senza distorsioni come realmente è, neanche il tuo fosse lo sguardo di Dio. Tutte fesserie quando una persona si pone in modo oggettivo assume un atteggiamento di distanza. Le viene quello sguardo pietrificato. "Gli indiani se ne accorgono subito...non riescono a capire cosa diavolo vogliono i ricercatori e questo li rende diffidenti e li fa chiudere come ostriche"¹

¹ R.M. Pirsig; "Lila" Adelphi edizioni Milano 1992

1 I SENTIERI DELLA VALUTAZIONE PARTECIPATA

Premessa teorica sull'approccio

Questo documento non parla di indiani né di antropologia, ma di associazioni di volontariato e di persone in carne e ossa che offrono e ricevono interventi sociali nel territorio napoletano. E viene proposto da altre persone in carne e ossa che cercano di mettere a punto un sistema di valutazione partecipata, per conoscere e ri-conoscere le attività che si svolgono, riflettere sulla loro efficacia, sulle eccellenze e le criticità presenti nel campo di osservazione. Eppure c'è un legame con le parole citate da Pirsig. Un processo di valutazione è sempre la scoperta di un nuovo mondo e scegliere l'approccio partecipato significa volerlo osservare anche da "dentro", non limitarsi alla buccia dei processi ma essere interessati alla polpa, alle contraddizioni e alle ragioni dei diversi attori.

La scelta di un approccio partecipato alla valutazione inoltre è fortemente legata all'oggetto della nostra esplorazione, infatti parliamo di interventi sociali, in molti casi collegati alla dimensione della relazione d'aiuto e comunque all'incontro tra persone. Il prodotto finale a cui si tende dunque è un prodotto il più delle volte relazionale e in quanto tale impalpabile. Vi è infatti una forte specificità dei servizi alla persona in ambito sociale che li rende difficilmente paragonabili non solo alla produzione di merci ma in parte anche agli altri servizi rivolti alla persona, compresi i servizi sanitari. Aspetti specifici, legati tanto all'altissima densità relazionale dentro cui si svolge il servizio, quanto alla necessità di continua rinegoziazione del percorso del servizio stesso tra i diversi attori.

Ma andiamo per ordine a leggere i diversi aspetti che differenziano i servizi e gli interventi sociali da altri oggetti della valutazione.

1.1 INTANGIBILITÀ DELL'INTERVENTO

La prima cosa che salta agli occhi è l'intangibilità del "prodotto" lavorato dai servizi sociali che lo rende molto diverso da qualsiasi merce, ma anche da una serie di servizi dove è maggiormente definito e universale il compito richiesto ed esplicita la domanda. Pensiamo ad esempio a un servizio postale o a un servizio di tipo informativo puro, dove, seppure non abbiamo la produzione di un oggetto, vi è la produzione di un'azione di cui sono sufficientemente condivisi i confini e le aspettative, tanto da renderne più semplice la verifica (la posta è arrivata o meno? in quali tempi? e in quali condizioni?) Gli aspetti di intangibilità inoltre rendono molto difficile una raccolta dati altamente formalizzata e di natura quantitativa e ci pongono di fronte alla complessità e contraddittorietà del campo.

1.2 DIFFICOLTÀ NEL COSTRUIRE LA VALUTAZIONE SUGLI OBIETTIVI

Un'altra grande differenza con altri campi della valutazione riguarda l'approccio centrato sugli obiettivi; infatti in molti ambiti si definisce l'efficacia dell'azione in relazione al raggiungimento dell'obiettivo che ci si è proposti inizialmente (e spesso in modo a nostro giudizio superficiale questo avviene anche nei servizi). Lo stesso modello di MEANS (Méthodes d'Evaluation des Actions de Nature Structurale - Collezione MEANS vol.6 - Commissione Europea), molto utilizzato in ambito di valutazione dei fondi sociali europei, descrive l'efficacia come la relazione tra obiettivi dati e risultati ottenuti, il che appare un ragionamento assolutamente lineare, ma non per questo sufficiente per costituire lo scheletro di un disegno di valutazione per dei servizi ad alta densità relazionali. Infatti la valutazione per obiettivi ci pone nel lavoro sociale una serie di problemi:

- **la definizione degli obiettivi nel campo dei servizi socio-educativi è in continua negoziazione** con i diversi attori sociali e in particolar modo con le persone a cui i servizi sono

rivolti, e nello stesso tempo il terreno entro cui agiscono i servizi e i bisogni sociali sono in continua ridefinizione, dunque anche gli obiettivi necessitano di continui aggiustamenti. Questo rende più difficile una valutazione costruita prioritariamente sugli obiettivi o quanto meno richiede una continua ridefinizione in itinere degli stessi.

- **Un servizio spesso raggiunge obiettivi non programmati.** Chiunque abbia lavorato nei servizi alla persona sa che costantemente ci troviamo a raggiungere degli obiettivi importanti, e percepiti come tali dai nostri beneficiari, che non erano stati assolutamente previsti dalla nostra progettazione. In alcuni casi gli obiettivi inattesi sono frutto di una cattiva progettazione e programmazione del servizio, ma spesso fanno parte di quell'elemento di incertezza e negoziazione sociale che caratterizzano la vita delle persone e delle comunità con cui lavoriamo; una valutazione eccessivamente focalizzata sugli obiettivi rischia dunque di non vedere gli obiettivi inattesi.
- **I servizi non producono solo cose buone.** Agire un intervento sociale significa sempre portare un elemento di perturbazione in un sistema, sia esso una famiglia, una comunità territoriale o altro, noi agiamo questa perturbazione convinti che possa favorire un nuovo equilibrio più ricco, ma non sempre è così o non è solo così. In alcuni casi i servizi producono degli effetti collaterali a volte anche piuttosto dannosi, può capitare che un'eccessiva concentrazione di servizi su un territorio favorisca un etichettamento e la conseguente marginalizzazione dello stesso, può accadere che un servizio domiciliare con un anziano, in un contesto ricco di relazioni, porti i familiari, gli amici e la comunità ad allentare i legami, consegnando una delega agli operatori. Per questo motivo ancora una volta una valutazione centrata solo sulla verifica degli obiettivi potrebbe valutare positivamente un intervento che ha sì raggiunto i propri obiettivi istituzionali ma che ha anche prodotto una serie di effetti collaterali dannosi.
- Infine nell'ottica della valutazione come strumento di appren-

dimento collettivo **il raggiungimento o meno degli obiettivi in sé non ci dice molto**, se non ci interroghiamo sul perché un obiettivo non è stato raggiunto, o anche su quali buone prassi e strategie ci hanno permesso di raggiungerlo, infatti se in ottica di controllo ci interessa il risultato raggiunto e la corrispondenza con il risultato dichiarato, in ottica d'apprendimento ci interessa soprattutto il processo che ha portato a raggiungere o meno quel risultato.

1.3 LA DIFFICOLTÀ A DEFINIRE DEGLI STANDARD

Gran parte della valutazione e della certificazione di qualità, sia nel campo della produzione materiale che della erogazione di servizi, una volta definiti gli obiettivi da raggiungere, si realizza intorno a una serie di standard e procedure. Questi, sia che si tratti di standard di risultato sia che siano standard di processo, permettono di misurare la qualità e tenere sotto controllo il processo di produzione o erogazione del servizio. Un esempio classico in questo senso è rappresentato dalla certificazione ISO che fa riferimento a una gabbia di standard e procedure più o meno flessibile che coprono tutte le fasi del processo produttivo.

Ma è possibile definire e misurare attraverso degli standard di qualità i risultati e i processi lavorativi di un servizio socio educativo, basato sulla centralità della relazione interpersonale? Questa è una domanda ineludibile se si vuole affrontare la valutazione di un servizio alla persona. Ovvio che alcuni aspetti del lavoro dei servizi possono essere misurati e valutati attraverso alcuni standard minimi: ad esempio il numero di metri quadri per ogni ospite in una casa famiglia, il rapporto numerico tra operatori e utenti all'interno di una comunità di accoglienza ecc. Ma il punto è se possiamo limitare la nostra valutazione ad elementi di questa natura, e cioè se la qualità e l'efficacia di un servizio alla persona possano essere misurati semplicemente in termini di metri quadri e titoli professionali. Aspetti quali la capacità del servizio di stimolare autonomia, consapevolezza, la capacità di produrre relazioni di fiducia, crescita comune, empowerment di comunità, la capacità di favorire possibilità di trasformazione all'interno

dei contesti di intervento, di dare spazio alla soggettività e alla creatività della persona, insomma in definitiva i contenuti delle relazioni sono standardizzabili? La sensazione è che i processi di standardizzazione (su cui normalmente si costruiscono anche gli accreditamenti per l'affidamento dei servizi) tendono a misurare il guscio del servizio ma non sono in grado di leggerne la polpa fatta prevalentemente di relazione e percorsi di attivazione di gruppo. Vi sono dunque almeno tre ragioni che non permettono la standardizzazione dell'insieme del lavoro sociale:

- l'impossibilità di tradurre in dati quantitativi e misurabili una serie di processi di natura immateriale, relazionale e qualitativa;
- la caratteristica di continua negoziazione e flessibilità degli obiettivi e delle pratiche dell'operatività sociale;
- gli aspetti di specificità di ogni servizio e di ogni contesto di intervento e la soggettività della relazione d'aiuto che ci costringono a costruire il disegno di valutazione sul singolo servizio come l'abito del sarto che deve essere cucito su quel particolare corpo.

1.4 LA NECESSITÀ DI DIVENTARE SUPERFLUI

Nei processi di qualità che attraversano tanto il mercato delle merci che quello dei servizi il cosiddetto orientamento al cliente fa sì che la struttura che offre la merce o il servizio, attraverso la qualità del proprio prodotto, si ponga l'obiettivo che il cliente soddisfatto possa essere fidelizzato, cioè possa tornare a consumare il nostro prodotto o servizio e produrre un legame di appartenenza e fedeltà alla nostra organizzazione e/o al nostro marchio. Ancora una volta nel campo dei servizi socioeducativi e degli interventi sociali ci troviamo in una condizione differente, infatti, al contrario del libero mercato dove si cerca di fidelizzare il cliente, nei servizi sociali in moltissimi casi l'obiettivo è quello opposto. Cioè quello di

produrre autonomia e costruire le condizioni che permettano alla persona di non avere più bisogno del servizio o avere con esso un rapporto di minor dipendenza possibile. Noi lavoriamo cioè sullo svincolo piuttosto che sulla fidelizzazione e sull'obiettivo di diventare superflui, o sempre meno necessari, per far spazio all'autonomia della persona o a quelle reti di aiuto naturali spesso più efficaci, meno etichettanti, e che producono minor dipendenza rispetto alla rete artificiale dei servizi. In primo luogo dunque avremo una valutazione che non potrà basarsi su indicatori di fidelizzazione dell' "utente" al servizio che dovremmo invece in alcuni casi leggere in maniera negativa, come forme di dipendenza; in secondo luogo la tanto decantata *customer satisfaction*, così come si articola nelle situazioni di mercato perde di senso.

Infatti non solo la domanda del servizio sociale non è sempre esplicita ed esplicitata come in altri servizi, non solo non sempre è individuale ma spesso è comunitaria e nell'interazione tra operatore o volontario e beneficiario del servizio, o più in generale tra servizio e comunità, gli attori dell'interazione non sono facilmente scindibili. L'azione nel servizio diviene interazione e non una prestazione erogata da un agente nei confronti di un destinatario; si tratta pertanto di riconoscere all'utente lo statuto di attore. Per dirla con Ota De Leonardis: "E' difficile configurare interazioni generative di legami sociali significativi e condivisi, quando l'attenzione è centrata sugli attori presi separatamente: da un lato l'organizzazione o il singolo operatore che svolge una prestazione, dall'altro il destinatario, utente o cliente che sia, che comunica in un modo soltanto: chiedendo"². Con la *customer satisfaction* chiediamo un giudizio, un voto sul prodotto, nell'ipotesi di poterlo soddisfare e legare sempre di più il cliente al nostro prodotto, in un'ottica partecipata del servizio e della valutazione chiediamo al cittadino beneficiario del servizio, in qualche misura e in base ai suoi spazi di autonomia, di coprogettare il servizio e di porsi nell'ottica dello svincolo, di essere cioè sempre meno dipendente dal circuito dei servizi.

² O. De Leonardis, *In un diverso welfare*, Feltrinelli, Milano 2002

La valutazione partecipata dunque si orienta prevalentemente sulla dimensione dell'apprendimento e non del controllo della *compliance* tra propositi iniziali e risultati finali. Pensiamo cioè a una valutazione intesa come processo di apprendimento collettivo, attenta non solo ai risultati ottenuti o al rispetto delle procedure ma specialmente alle ragioni per cui si sono raggiunti o meno determinati obiettivi, alle opportunità di miglioramento del servizio, tenendo conto dei diversi punti di vista di cui i diversi attori sociali sono portatori. Questo tipo di finalità assegnata alla valutazione richiede, a nostro giudizio, necessariamente un approccio partecipato, sia verso gli operatori o i volontari che verso i beneficiari del servizio e più in generale le comunità sociali all'interno delle quali i servizi si inseriscono. Una valutazione dunque che si pone in un'ottica di empowerment, per dirla con Bezzi non tanto perché la valutazione partecipata è più democratica quanto perché è più efficace.³

Dietro la scelta di uno stile partecipato vi sono in realtà diverse scelte di campo:

- la valutazione partecipata, così come la ricerca azione, si fonda sulla convinzione che anche la "gente normale" possa "fare ricerca", se accompagnata in un processo collettivo a partire dalla propria esperienza sociale concreta, mettendo in discussione la netta separazione tra ricercatore e oggetto di ricerca.
- La consapevolezza che la *conoscenza* è potere e che quindi un percorso di valutazione partecipata possa concorrere a riequilibrare in maniera democratica i saperi, chiamando in causa i diversi attori (i beneficiari dei servizi, gli operatori o i volontari, la comunità) nella definizione e coprogettazione dei servizi sociali. "Troppo spesso infatti la valutazione appare semplicemente una faccenda di attori esterni che vengono coinvolti per misurare in termini economici l'attività degli operatori e i criteri di efficienza, in luogo di un più ampio dibattito sulle

³ C.Bezzi, *La valutazione dei servizi alla persona*, Aris, Perugia 2000

misurazioni che potrebbero essere stimate da parte degli utenti o degli operatori stessi”⁴.

- Bisogna essere consapevoli che molte delle informazioni capaci di delineare l’efficacia dei servizi sono di natura qualitativa, insite nei processi relazionali tra operatori o volontari e beneficiari e tra operatori stessi, ne deriva che una valutazione che voglia comprendere a fondo il suo oggetto ha bisogno di un apporto attivo e consapevole dei diversi attori sociali.
- L’ipotesi per cui la valutazione non si debba limitare a determinare l’efficacia del lavoro sociale ma debba e possa diventare essa stessa uno strumento di intervento, empowerment e mutamento sociale. Concetto questo riconducibile anche alle esperienze di ricerca-intervento e di inchiesta sociale praticata in diversi contesti. Ovvio che dicendo questo non solo si supera la divisione netta classica tra ricercatore e oggetto della ricerca ma si supera la pretesa neutralità del ricercatore, portatore anch’esso di un punto di vista sulla realtà osservata.
- Infine la scelta di una valutazione partecipata, particolarmente attenta ai dati qualitativi e capace di porsi come elemento attivo in relazione con il campo di indagine, a noi pare comporti una scelta di campo rispetto ai modelli di intervento sul territorio. Un modello di servizio partecipativo è basato sull’empowerment di comunità non può che accompagnarsi con uno stile di valutazione partecipativo.

L’approccio partecipato alla valutazione dunque comporta una fuoriuscita dall’aurea di supposta neutralità della scienza, la valutazione cessa di voler essere una fotografia della realtà e si pone come una forma di intervento sulla realtà, tesa a movimentarla e ad accrescere i livelli di consapevolezza degli attori sociali. La valutazione si pone a questo punto come una *pratica riflessiva*⁵, che seppure deve mettere a disposizione i pro-

⁴ K.Dullea, A. Mullender: *Valutazione ed empowerment in: I. Shaw, J. Lishman "La valutazione nel lavoro sociale" Erickson editore, Trento 2002*

⁵ Schon D.A.: *Formare il professionista riflessivo, Franco Angeli, Milano, 2006*

pri parametri concettuali e i propri strumenti di rilevazione per rendere trasparente il processo di ricerca, perde la pretesa dell'oggettività assoluta, soffermandosi piuttosto sui punti di vista parziali ma pregnanti dei diversi attori sociali.

Seguendo questa filosofia valutativa il Centro Servizi per il Volontariato di Napoli ha messo in atto un modello sperimentale di valutazione costruito insieme alle associazioni di volontariato e con il supporto di valutatori esterni. Il senso delle scelte di questa sperimentazione sono rintracciabili in quanto detto sino ad ora. L'articolazione del percorso da un punto di vista concreto e metodologico e i risultati di tale percorso saranno illustrati nelle pagine seguenti.

2 IL RACCONTO DI UN CAMMINO...

La descrizione del percorso svolto: la formazione, la costruzione dello strumento, la sua applicazione

Il percorso di costruzione dello strumento si può suddividere in alcune importanti tappe, descritte “passo per passo” e così sintetizzabili:

- *Giugno*: costituzione del gruppo composto dai referenti delle associazioni, del CSV Napoli e dei valutatori; formazione e raccolta in aula degli elementi costituenti lo strumento;
- *Luglio*: elaborazione “desk” dello strumento e invio alle organizzazioni;
- *Settembre*: informazione e sensibilizzazione all’utilizzo dello strumento da parte di un campione di organizzazioni;
- *Ottobre-Novembre*: incontri di verifica partecipata dello strumento sperimentato;
- *Dicembre*: revisione definitiva dello strumento e chiusura.

2011

Fase	Giugno	Luglio	Agosto	Settembre	Ottobre	Novembre	Dicembre
Formazione							
Elaborazione							
Informazione							
Incontri							
Stesura definitiva							

2.1 LA FORMAZIONE DEL GRUPPO E L'ELABORAZIONE DELLO STRUMENTO

Il gruppo di lavoro è stato formato a partire dai referenti di associazioni inserite in reti, costituite a seguito di attività finanziate dal CSV Napoli. Coinvolgere questi “nodi di rete” aveva l'obiettivo di facilitarne il ruolo di “moltiplicatori” per la diffusione dello strumento nelle relative reti di riferimento. In questo modo ciascun volontario coinvolto nel percorso poteva portare nella propria associazione l'esperienza svolta e poi riportarla anche nella rete di riferimento, dando l'opportunità a molte altre associazioni di sperimentarlo.

La costruzione degli strumenti e delle metodologie da testare al fine di costruire un modello di valutazione ha richiesto un momento importante di condivisione del linguaggio degli approcci e degli strumenti della valutazione. A tal fine per il gruppo di lavoro si è reso necessario prevedere momenti di formazione-intervento nel quale prima condividere l'approccio e i linguaggi della valutazione partecipata e poi individuare criteri indicatori e strumenti del modello di valutazione. Non si è trattato di una formazione tradizionale ma di incontri caratterizzati da una metodologia attiva a metà strada tra la formazione riflessiva e le metodologie di facilitazione dei gruppi, al fine di poter da una parte condividere la cornice d'azione e dall'altra far emergere la specificità e le esigenze delle associazioni napoletane. Ulteriore finalità del percorso formativo era quella di offrire ai partecipanti le competenze necessarie per poter applicare il modello in autonomia nei prossimi anni in assenza dei valutatori.

Il percorso si è realizzato attraverso 5 incontri, svolti tutti nell'arco di circa un mese, in gruppo presso le aule del CSV Napoli.

Nel **primo incontro** il gruppo di lavoro si è presentato ed è stato approfondito il significato dell'iniziativa, i suoi obiettivi e i presupposti teorici e metodologici della valutazione parte-

cipata. Sono state raccolte le esperienze delle organizzazioni presenti in merito al tema della valutazione e le percezioni dei partecipanti al riguardo.

Nel **secondo incontro** è stata sperimentata in aula una forma di “operativizzazione”, con la scomposizione degli elementi necessari alla valutazione di un servizio/intervento secondo un modello che preveda la costruzione di un piano di valutazione seguendo le macro dimensioni di INPUT/PROCESSO/OUTPUT/OUTCOME.

Nel **terzo incontro** è stata proposta la classificazione in Dimensioni/Sottodimensioni/Indicatori e si sono raccolti i primi suggerimenti al fine di costruire in maniera condivisa il piano di valutazione. Il percorso è continuato nello stesso modo anche per il quarto e quinto incontro, al termine del quale sono stati raccolti numerosissimi indicatori (quasi 60) relativi a 13 dimensioni e altrettante sottodimensioni.

Il prodotto degli incontri è stato quindi riorganizzato e revisionato, per evitare sovrapposizioni di senso tra le varie dimensioni/sottodimensioni e per esaminare la significatività degli indicatori stabiliti. In questo modo è terminata anche la fase di elaborazione dello strumento, che è stato consegnato al CSV Napoli nel mese di luglio per un primo invio alle organizzazioni interessate.

Ci sembra opportuno mettere in evidenza, a questo punto, la rapidità con la quale si è giunti alla elaborazione dello strumento. Già al terzo incontro erano emerse dimensioni significative. Per l'impostazione metodologica basilare sono bastati i primi due incontri e dal terzo in poi si è andata sviluppando la costruzione progressiva dello strumento. Per chi scrive, questo è stato possibile fondamentalmente per la partecipazione dei volontari presenti, che hanno saputo calare nel vissuto dei propri servizi la metodologia sperimentata nei primi incontri e hanno poi offerto il proprio contributo, nella consapevolezza del valore autovalutativo dello strumento.

2.2 L'INFORMAZIONE, GLI INCONTRI DI VERIFICA PARTECIPATA E LA STESURA DEFINITIVA

Il CSV Napoli si è occupato poi di aggiornare le organizzazioni coinvolte circa l'andamento dei lavori e mettere a disposizione di tutte le associazioni lo strumento elaborato attraverso la propria piattaforma FAD. Il CSV Napoli ha individuato anche le associazioni nelle quali sperimentare l'applicazione dello strumento elaborato, visitate nei mesi di ottobre e di novembre.

L'applicazione dello strumento, in questa fase, costituiva un momento significativo non solo per "metterlo alla prova" tecnicamente ma anche per analizzare quanto potesse essere produttivo di un atteggiamento riflessivo all'interno delle associazioni visitate.

Sono state quindi visitate 6 diverse realtà, agenti sul territorio di Napoli e della provincia, differenti per modello organizzativo, numero di volontari, tipologia di servizi e storicità. Ogni visita si è svolta presso la sede dell'associazione, nella forma di un incontro tra i valutatori, i referenti del CSV Napoli e quelli dell'associazione. Durante l'incontro lo strumento rappresentava una traccia di auto-intervista, facilitata dai valutatori presenti. Ogni dimensione e indicatore veniva illustrato, esaminato e discusso alla luce della specificità dell'organizzazione. Laddove possibile, l'organizzazione indicava anche un dato quantitativo. Dove invece era opportuno, una sottodimensione o un indicatore veniva etichettato come "non rilevabile" o "non significativo".

Al termine degli incontri, è stato ulteriormente revisionato lo strumento, che ora troverete disponibile in allegato alla pubblicazione.

3 I LUOGHI VISITATI...

I risultati delle somministrazioni

La somministrazione dei questionari di autovalutazione a un primo gruppo sperimentale di organizzazioni ha coinvolto 6 associazioni di Napoli e della provincia. I criteri di scelta delle associazioni si sono basati sulla partecipazione al percorso formativo e, in prevalenza, all'appartenenza a progetti di reti territoriali garantendo in questo modo un allargamento ad altre realtà. Inoltre è stato scelto un campione che potesse rappresentare situazioni diverse per dimensioni, contesto di intervento e territorio di appartenenza in modo da rendere più rappresentativa l'indagine pilota. Le associazioni sono state le seguenti:

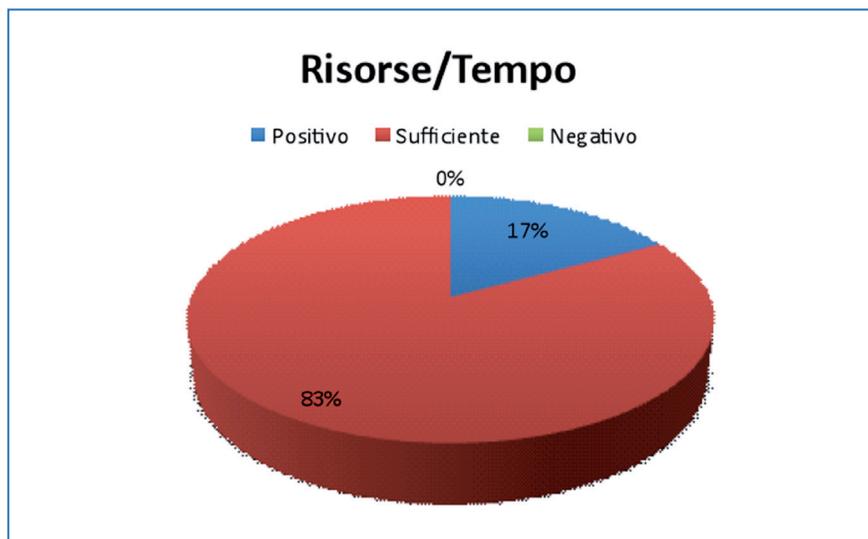
- Misericordie - Torre del Greco (Napoli)
- Associazione Dal Basso - Arzano (Napoli)
- Pixel Zoom - Rete Pixel - Napoli
- Associazione AICS - Napoli
- Cantiere Giovani - Frattamaggiore (Napoli)
- Centro OZANAM - Sant'Antimo (Napoli)

I questionari sono stati somministrati ai soci delle Associazioni con la presenza dei formatori - valutatori allo scopo di "guidare" i partecipanti al processo di auto-valutazione.

Il questionario per ciascuna delle fasi esplorate (input – processo – output – outcome) ha prodotto, in merito alla sottodimensione e/o alla dimensione, un'autovalutazione espressa e riassunta con un'immagine simbolica (smile):

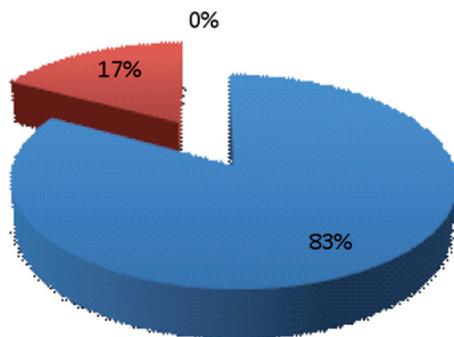
- 😊 positivo
- 😐 soddisfacente
- ☹️ negativo

Dal punto di vista degli **input**, ossia le risorse umane e strumentali presenti nell'intervento dell'associazione, quindi le risorse a disposizione del processo, misurati nel numero di volontari presenti, nel rapporto tra volontari/destinatari intervenenti, nella regolarità o meno dell'impegno dei volontari, ecc. la dimensione risorsa/tempo è stata valutata in maniera soddisfacente dall'83% del campione, ma del tutto positiva solo dal 17%, mentre la dimensione dei locali destinati alle attività e, in generale, delle attrezzature a disposizione dei soci e dei destinatari degli interventi è assolutamente positiva. Questo dato, avendo ascoltato anche le testimonianze dei volontari durante le sessioni di autovalutazione, ci porta a dire che uno degli elementi critici delle associazioni è l'elemento "personale" che, talvolta, è sì sufficiente a garantire gli impegni ma che non consente di garantire una continuità dei servizi e delle attività, dato anche l'alto tasso di turn over rilevato su base annua.



Struttura/attrezzature

■ Positivo ■ Sufficiente ■ Negativo

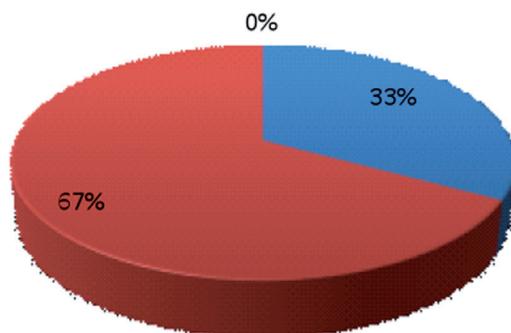


Dal punto di vista del **processo**: ossia le modalità di gestione e le metodologie di lavoro e come vengono utilizzate le risorse individuate in input in funzione degli obiettivi del servizio. E' stata valutata l'**organizzazione interna**, osservata nelle sottodimensioni della gestione del personale (laddove siano presenti operatori dipendenti o collaboratori con incarichi a progetto) e dei volontari, nella partecipazione degli stessi in maniera continuativa agli incontri programmati e/o alle assemblee, alla presenza o meno di personale dedicato alla gestione amministrativa e alla progettazione, del numero di progetti presentati e approvati.

Le associazioni ritengono per il 67% che la stessa sia sufficiente per garantire un buon funzionamento dell'associazione, mentre il 33% la giudica positiva, in particolare la sottodimensione della partecipazione interna si propone con una maggiore criticità (*vedi grafico successivo*).

Organizzazione interna

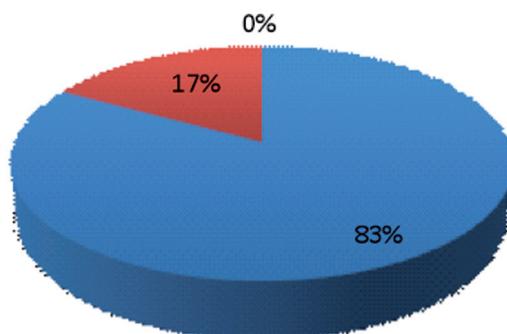
■ Positivo ■ Sufficiente ■ Negativo



Mentre l'**organizzazione di rete** intese come attività formali e informali, attività integrate e co-progettazioni realizzate con altre realtà del territorio sono valutate in maniera positiva dall'**83%** delle associazioni a significare un buon radicamento sul territorio di attività.

Organizzazione di rete

■ Positivo ■ Sufficiente ■ Negativo



I rapporti con il territorio, analizzato nelle sottodimensioni di gestione delle attività (sportelli, seminari, ecc.), di assenza/presenza e qualità di progettazioni partecipate e, laddove possibile, di analisi dei bisogni ha definito per il 66% delle associazioni tale dimensione sufficiente e positiva per il 33% delle associazioni.

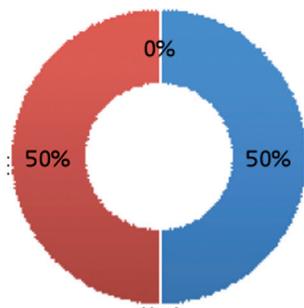
E' da sottolineare come in un caso, l'analisi dei bisogni è risultata "non rilevabile" in quanto la natura delle attività dell'associazione non prevede, o comunque non ha finora strutturato, strumenti e metodologie finalizzate alla loro identificazione.



L'area della promozione e della comunicazione (presenza/assenza sito internet, presenza/assenza di strumenti di promozione e comunicazione quali newsletter, volantini, depliant, brochure, ecc.) divide al 50% la valutazione del campione. Tale considerazione permette di dire che le associazioni hanno una buona visibilità delle attività poste in essere ma che sicuramente è un'area da migliorare.

Promozione e comunicazione

■ Positivo ■ Sufficiente ■ Negativo

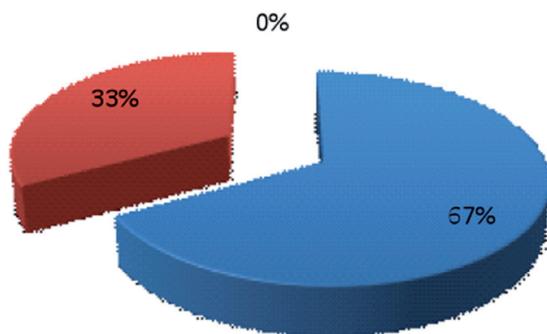


Complessivamente dunque anche la dimensione del processo indica un buono stato di salute delle associazioni, ma con una distinzione tra tutto ciò che ha a che fare con la proiezione esterna e il radicamento sul territorio che appare un punto di forza, e ciò che ha a che fare con l'organizzazione interna (quindi oltre alla partecipazione anche l'organizzazione della comunicazione) che, pur non rappresentando una dimensione critica, è sicuramente meno forte.

In termini di **output**, vale a dire i servizi e le attività offerte dalle Associazioni, le sottodimensioni considerate ai fini del presente piano di valutazione, e che sono state riassunte nella dimensione dell'azione di sensibilizzazione, sono le attività ordinarie (differenti a seconda della natura delle associazioni considerate), gli eventuali prodotti realizzati e gli incontri/seminari/interventi di formazione promossi dalle associazioni. Anche per questa dimensione la valutazione è positiva per i 2/3 delle Associazioni. Tra le sottodimensioni, particolarmente positiva, appare quella relativa ai prodotti realizzati e un po' meno positiva quella relativa all'attività ordinaria. Scorgiamo dunque di nuovo una qualche difficoltà in più su quegli aspetti legati a fattori di natura organizzativa, ordinari e non legati ad un singolo estemporaneo evento.

Azione di sensibilizzazione

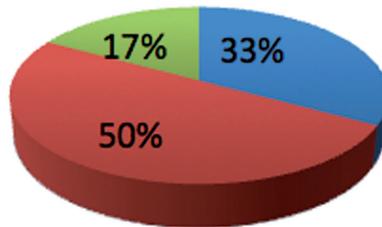
■ Positivo ■ Sufficiente ■ Negativo



E infine è stato valutato l'**outcome**, dimensione sicuramente più difficile da definire all'interno del piano di valutazione in quanto si riferisce alla soddisfazione dei bisogni realizzata o ai cambiamenti prodotti in seguito alle attività, sia in relazione ai beneficiari del servizio che del contesto dove incide il servizio/attività. In merito alla dimensione della partecipazione attiva e democratica nel territorio valutata attraverso indicatori quali visibilità sui media locali e/o su guide di settore e visibilità sui siti web di altre associazioni, il dato rileva una valutazione negativa per il 17%, sufficiente per il 50% e positiva per il 33% delle associazioni. Per l'effetto moltiplicatore valutato attraverso la "spinta" alla nascita di altre realtà/gruppi collegati alle attività svolte, la valutazione negativa sale al 33% delle realtà contattate.

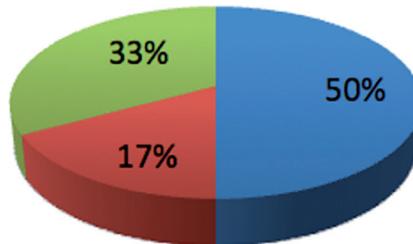
Partecipazione attiva e democratica

■ Positivo ■ Sufficiente ■ Negativo

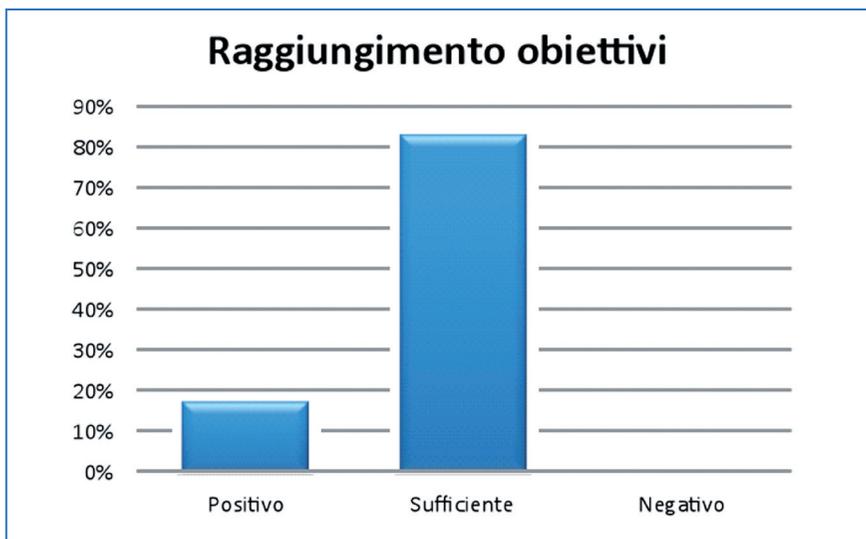


Effetto moltiplicatore

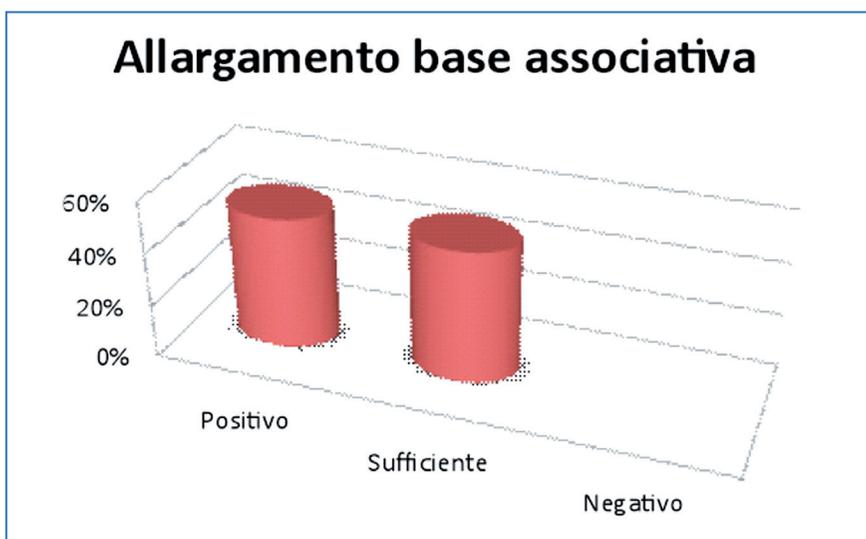
■ Positivo ■ Sufficiente ■ Negativo



In entrambi i casi è evidente che le attività delle associazioni di volontariato risentono, in questo caso, della insufficiente “esperienza” a promuovere e a valorizzare le attività realizzate, anche in presenza di ottimi risultati dei propri servizi, come del resto mostra la valutazione degli obiettivi, considerati sufficientemente raggiunti dal 83% del campione.



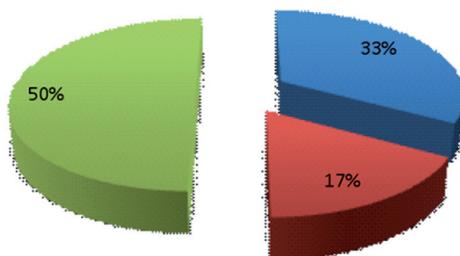
L'allargamento della base associativa, inteso sia come ingresso di nuovi soci che come numero di partecipanti esterni ad eventuali newsletter, forum, blog e, in generale, come presenza sui social network più comuni (facebook, twitter, ecc.) è valutato, complessivamente, abbastanza positivo, testimoniando come le associazioni di volontariato siano in grado di coinvolgere e ampliare il numero di persone volontarie e, anche se indirettamente, di condividere il senso e i risultati delle proprie attività.



Gli aspetti, infine, per valutare e verificare i cambiamenti sui beneficiari diretti e indiretti dei servizi e delle attività, per essere analizzati in modo serio, necessitano una lettura sul complesso degli interventi territoriali e non sui singoli servizi. Per poter leggere e valutare gli effetti sociali dei propri interventi è necessario, inoltre, un orizzonte temporale più lungo e questo giustifica come una media di circa il 40% del campione non sia stato in grado di valutare se e come vi siano stati cambiamenti nella vita e/o nel disagio dei beneficiari diretti e indiretti.

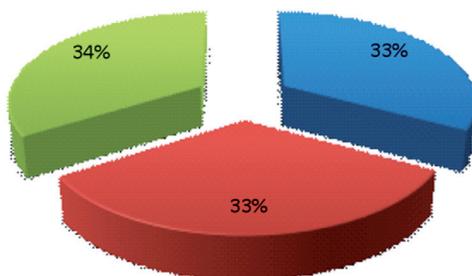
Cambiamento condizione beneficiari diretti

■ Positivo ■ Sufficiente ■ Non rilevabile



Cambiamento condizione beneficiari indiretti

■ Positivo ■ Sufficiente ■ Non rilevabile



Dall'outcome, dunque, che racconta della capacità delle associazioni di produrre mutamenti profondi nel tempo sui territori e le persone che incontrano, e lavorare sul terreno della cittadinanza attiva arriva qualche criticità in più. In particolare l'effetto moltiplicatore e lo sviluppo di partecipazione democratica rappresentano dei percorsi un po' più accidentati. Detto della particolare difficoltà oggi ad attivare processi di questo tipo, notiamo di nuovo la capacità di stare su obiettivi specifici ed estemporanei e una maggior difficoltà a dare più profondità e continuità all'intervento.

Conclusioni

Se mettiamo insieme i dati, pur parziali di un campione ristretto, di *input*, *processo*, *output* e *outcome*, ci sembra di poter osservare che, a fronte di un'autovalutazione di efficacia generalizzata, vi è un aspetto più nettamente positivo che riguarda la capacità di costruire eventi, darsi strutture adeguate, attivarsi nei rapporti di rete, mettere in atto azioni di sensibilizzazione. Mentre vi è una maggior difficoltà, pur in una percezione positiva, a dare continuità ai tempi dei volontari, all'organizzazione e partecipazione interna delle associazioni e quindi ad incidere con continuità sui territori e ad attivare effetti moltiplicatori e processi di partecipazione territoriale duraturi. Sembrerebbe che abbiamo a che fare con delle associazioni maggiormente efficaci sui 100 metri che sulla maratona, che fanno cioè una qualche fatica a darsi strutture stabili e durature nel tempo. Pur comunque in un complessivo stato di salute che emerge chiaramente dall'autovalutazione effettuata.

QUADRO DI SINTESI (VALORI ASSOLUTI)

FASE	SOTTODIMENSIONE	AUTO VALUTAZIONE	DIMENSIONE	AUTO VALUTAZIONE	
INPUT			Risorse/Tempo	😊 1 😊 5 😊 -	
			Struttura/attrezzature	😊 5 😊 1 😊 -	
PROCESSO	Gestione personale/volontari	😊 3 😊 3 😊 -	Organizzazione interna dell'associazione	😊 2 😊 4 😊 -	
	Partecipazione all'interno dell'associazione	😊 3 😊 2 😊 1			
	Gestione amministrativa, economica e finanziaria	😊 5 😊 1 😊 -			
	Progettazione e valutazione	😊 2 😊 4 😊 -			
	Gestione di rapporto di rete formale/informale	😊 5 😊 1 😊 -	Organizzazione di rete	😊 5 😊 1 😊 -	
	Attività integrata	😊 4 😊 2 😊 -			
	Co-progettazione	😊 4 😊 2 😊 -			
	Gestione attività	😊 3 😊 3 😊 -	Organizzazione rapporti con il territorio	😊 2 😊 4 😊 -	
	Progettazione partecipata	😊 2 😊 - 😊 4			
	Analisi dei bisogni	😊 2 😊 1 😊 2 Non rilev. n° 1			
				Promozione e comunicazione	😊 3 😊 3 😊 -

OUTPUT	Attività ordinaria	😊 3 😊 3 😞 -	Azione di sensibilizzazione/ intervento sociale	😊 4 😊 2 😞 -
	Prodotti	😊 4 😊 2 😞 -		
	Attività di sensibilizzazione/informazione	😊 4 😊 1 😞 1		

OUTCOME			Partecipazione attiva e democratica nel territorio	😊 2 😊 3 😞 1
			Effetto moltiplicatore	😊 3 😊 1 😞 2
			Allargamento base associativa	😊 3 😊 3 😞 -
			Raggiungimento obiettivi	😊 1 😊 5 😞 -
			Cambiamento della condizione dei beneficiari diretti dell'attività	😊 2 😊 1 😞 - Non rilev. n° 3
			Cambiamento della condizione dei beneficiari indiretti dell'attività/ Impatto sul territorio	😊 2 😊 2 😞 - Non rilev. n° 2

4 ALLA FINE DEL CAMMINO...

Riflessioni sull'applicazione dello strumento

Come detto precedentemente, lo strumento di autovalutazione è stato testato su 6 associazioni con l'accompagnamento di uno o due valutatori esterni e la presenza di un rappresentante del CSV Napoli. L'obiettivo dichiarato, oltre a testare lo strumento e poterlo ulteriormente affinare, era quello di offrire uno spazio di riflessività all'associazione con il supporto anche di alcune informazioni oggettive che l'associazione metteva a disposizione. Fatta questa prima valutazione, e presa familiarità con lo strumento, l'autovalutazione annuale può essere fatta dalle singole associazioni in autonomia e offrire un'osservazione comparativa da un anno all'altro, oltre che uno strumento concreto per programmare un percorso di miglioramento dei punti deboli e di valorizzazione dei punti di forza.

4.1 APPLICAZIONE DELLO STRUMENTO E RISCONTRO

Il gruppo di lavoro si è interrogato e ha riflettuto sui numerosi elementi di rilievo di questa esperienza, provando a sintetizzarli come segue.

La curiosità accogliente

Il gruppo dei facilitatori, ad ogni incontro, ha trovato una particolare disponibilità, come se l'iniziativa di per sé avesse suscitato interesse e curiosità nei partecipanti, che si esprimevano anche nella cura e nell'attenzione con cui si favoriva l'appuntamento, si aiutava a raggiungere il posto, si metteva a proprio agio offrendo caffè e dolci (in un caso perfino lo spumante!). Il tutto avveniva in un clima caldo e accogliente, aperto e disponibile, curioso di comprendere di più e a volte anche sorpreso dall'effetto che la riflessione produceva dialogando.

La risposta e lo scambio collettivi

Nella fase di verifica partecipata presso ciascuna delle organizzazioni visitate è stato applicato lo strumento con il coinvolgimento di un gruppo di volontari di ogni associazione, da un minimo di 3 ad un massimo di 6, tra i quali persone che svolgevano ruoli di coordinamento e/o di dirigenza, oltre che di operatività. In questo modo è stato possibile elaborare una risposta componendola con il punto di vista più ampio disponibile, ricco non solo come numero di persone partecipanti ma anche per la varietà della loro posizione nell'organizzazione (il dirigente, il coordinatore, il volontario storico, ecc.) e per l'opinione personale che portavano come contributo alla costruzione di una risposta collettiva.

Di fronte alle sollecitazioni offerte dallo strumento, il gruppo dei volontari esprimeva una crescente interazione al suo interno. Man mano che durante ogni incontro i valutatori illustravano le dimensioni e gli indicatori e i referenti delle associazioni esprimevano il proprio giudizio attraverso la scelta della "faccina" (allegra, seria o triste), avveniva anche un confronto tra loro che si esprimeva in vario modo, con frasi tipo "ci riteniamo soddisfatti" a "non ci avevamo mai pensato" e infine "dobbiamo lavorare di più su questo aspetto". L'espressione, il dialogo, il commento avvenivano più tra i referenti dell'organizzazione piuttosto che tra gli stessi e i valutatori presenti.

La riflessività e la valutazione come pratica per ri-conoscersi

Quello che abbiamo sperimentato in realtà insieme ai volontari delle associazioni è una sensazione che spesso "tocchiamo" nei contesti di valutazione partecipata e di riflessività con i gruppi. E' come se, vedendo qualcosa che si ha sotto gli occhi tutti i giorni, la si scoprisse per la prima volta o come se si potesse finalmente leggere il valore implicito di quel "non scritto" che sentiamo ma che non sempre verbalizziamo o sistematizziamo o facciamo del tutto nostro.

Mentre i facilitatori chiedevano ai volontari di rispondere agli

interrogativi posti dallo strumento, gli stessi raccontavano a poco a poco di se stessi e delle loro realtà. Si presentava il proprio lavoro e la propria esperienza ma anche le profonde motivazioni e gli alti obiettivi che animavano le varie azioni, in un contesto che costituiva anche una forma di esposizione di se stessi di fronte all'altro e, in questo modo, anche un momento di auto-osservazione. Si trattava di conseguenza anche di un modo di mettersi in gioco, di mostrarsi per trovare un modo di individuare dei limiti, delle criticità da cui partire in direzione di nuovi cambiamenti. Grazie anche a questo atteggiamento, al termine di ogni incontro, emergevano nuove risorse e peculiarità inaspettate.

In realtà quello che in alcuni casi si cerca di sollecitare con un percorso di autovalutazione e riflessività è un percorso di riconoscimento, merce rara per chi abita l'emergenza degli interventi sociali. Il riconoscimento si delinea insieme come un bisogno profondo, come dimensione di senso e valoriale ma sembra avere un sua propria specificità. Essere riconosciuti è un tema ricorrente: non ci si sente riconosciuti come lavoro sociale per la sua utilità al livello più vasto di società, non ci si sente riconosciuti per la propria fatica nelle organizzazioni e nelle reti dove operiamo, non ci si sente riconosciuti, almeno in alcuni servizi ed interventi, neanche dai destinatari stessi. Ma molto spesso non ci si riconosce neanche a livello personale: non si riesce più a dare valore a ciò che si fa, a riconoscere il senso e la traccia di un lavoro di cui spesso i risultati sono visibili nel tempo o sono impalpabili e invisibili perché si posano su un livello relazionale.

Scopriamo presto che non cambiamo il mondo e non cambiamo gli altri, ma che semmai possiamo provare a cambiare nel mondo e cambiare con gli altri e che malgrado le nostre fatiche non riceviamo molti ringraziamenti.

Riscoprire le tracce delle nostre vite su altre vite e dell'esperienza sociale nella nostra storia, sviluppare strumenti sufficientemente sensibili per riconoscere i micro-cambiamenti nella relazione d'aiuto e la potenza della pratica dell'ascolto che offriamo, diventa un'occasione di forte motivazione. Attraverso questo percorso di ri-conoscimento ed empowerment

diventa anche molto più facile individuare i punti di criticità, gli aspetti che chiedono un mutamento anche radicale, senza cadere nella dimensione giudicante che non favorisce la messa in gioco delle persone e delle organizzazioni.

Fermarsi per aver cura di sé

In definitiva una impressione comune dei facilitatori è stata che i partecipanti hanno sperimentato un momento di stasi della loro attività, uno spazio specificamente destinato all'associazione e un tempo dedicato a se stessi, al proprio modo di "fare" volontariato e di "essere" volontari. Un breve periodo in cui si sono osservati e presi cura di sé e della propria organizzazione e "impresa collettiva".

La necessità di una interpretazione

Spesso è stato necessario che i facilitatori intervenissero nell'aiutare i volontari a interpretare la lettura di indicatori e dimensioni alla luce della specificità dell'associazione. Lo strumento può sembrare abbastanza generico o scarsamente personalizzabile per coloro che non hanno avuto l'esperienza della sua costruzione, limitandone così l'utilità auto valutativa. Si ritiene quindi che future somministrazioni, quando richiesto, richiedano una forma di accompagnamento, che può essere fornito dallo stesso CSV Napoli nell'ambito delle proprie funzioni istituzionali. La difficoltà comunque nasce dal tentativo di costruire un modello comune per realtà tra loro molto diverse dal punto di vista delle dimensioni e modelli organizzativi, ma anche dal punto di vista delle attività su cui sono impegnate. L'elemento di valore di questo percorso nel costruire uno strumento unico per l'intero CSV Napoli si presenta anche come elemento di potenziale criticità. In questo senso si è data alle associazioni la possibilità di aggiungere propri indicatori e dimensione valutative in ragione della propria specificità, senza però modificare il corpo comune e la filosofia che regge il piano di valutazione.

4.2 L'USO FUTURO E L'UTILITÀ NEL TEMPO

Il cambiamento culturale

La possibilità che l'autovalutazione costituisca un "valore aggiunto" per le associazioni di volontariato si basa, tra le altre cose, anche sulla capacità che avrà di diventare parte della cultura dell'operatività delle associazioni stesse, delle loro prassi interne, del loro metodo di lavoro. Si tratta in pratica di fare i conti con una criticità culturale, comune tanto alle associazioni di volontariato quanto l'intero Terzo Settore, tanto all'attività volontaria quanto a quella retribuita, tanto al singolo operatore quanto ad una intera politica. Eppure, proprio per quello spirito di attenzione verso l'altro, per trovare modi più efficaci per sostenerlo ed accompagnarlo nella direzione di uscita dal suo disagio, per realizzare meglio gli obiettivi di una associazione, è lì che si trova la possibilità per l'autovalutazione di costituire un fattore di crescita per chi la usa.

Risorse dedicate

Alcune delle associazioni incontrate avevano persone dedicate alla progettazione, alla rendicontazione, qualcuna anche al monitoraggio. Questo avveniva quando il livello di impegno richiesto per la realizzazione delle attività giustificava l'attribuzione di tali incarichi a persone interne all'organizzazione. Parimenti, anche l'autovalutazione per essere concretamente esercitata richiede risorse dedicate. Non si tratta, ovviamente, solo di persone. Si tratta anche di uno spazio e di un tempo dedicati, di un metodo di lavoro da applicare, di una abitudine da assumere, di un bisogno da riconoscere e da esprimere con una domanda.

Vedere per progettare

Osservando i risultati delle autovalutazioni, colpisce come in vari casi le associazioni non riescano a valutare il grado di cambiamento generato dalle loro azioni. Non si tratta di esprimere un giudizio (positivo o negativo che sia) ma "semplicemente" di riconoscere che non si ha ancora a disposizione uno

strumento, una tecnica, un modo per poter dire con sufficiente probabilità “grazie al nostro intervento abbiamo ottenuto questo”. Poter “vedere” il risultato delle proprie azioni consente di poterne meglio capirne i contorni, valutarne l’accuratezza, soppesarne l’effetto e progettare un cambiamento. Proprio la progettazione costituisce l’alveo in cui può confluire la quantità di informazioni che la valutazione è in grado di fornire. La progettazione può così agire meglio sulle fonti, le cause, le spinte che hanno determinato un disagio o un bisogno. Forse non è un caso che varie organizzazioni che hanno dichiarato la propria difficoltà a rilevare il cambiamento esprimono una pari difficoltà nella sottodimensione “analisi dei bisogni”.

La proposta

Lo strumento proposto dovrà quindi essere gradualmente applicato a un numero sempre crescente di associazioni del CSV Napoli e, sia pure con piccole modifiche che le associazioni possono introdurre per valorizzare la propria specificità, utilizzato annualmente nelle organizzazioni. Il piano di valutazione, quando necessario, potrà essere utilizzato nelle organizzazioni anche con il supporto del CSV Napoli ma, nel tempo, si immagina un’autonomizzazione delle associazioni. I risultati però verranno sempre comunicati al CSV Napoli non per compararli con le altre associazioni ma per testimoniare l’evoluzione e il cambiamento nel tempo dell’organizzazione stessa.

Quindi l’applicazione del piano di valutazione potrà portare diversi benefici:

- rafforzare la cultura della valutazione nel CSV Napoli e nelle singole associazioni;
- offrire uno strumento e uno spazio di autovalutazione e riflessività nelle singole associazioni che potranno anche comparare l’andamento delle diverse dimensioni da un anno all’altro;

- favorire processi di programmazione del lavoro e miglioramento operativo all'interno delle singole associazioni;
- per il CSV Napoli sarà possibile osservare l'evoluzione le caratteristiche e il cambiamento delle associazioni nel tempo in base ai risultati emersi anno per anno;
- dall'assemblamento dei dati delle diverse associazioni (dati che non sono mai leggibili in termini di gerarchia interna) è possibile rilevare i bisogni, le competenze e le potenzialità del tessuto associativo di cui si occupano.

SECONDA PARTE

**IL VALORE
ECONOMICO
DELLA GRATUITÀ**

a cura di
Marco Musella e Maria Santoro

INTRODUZIONE ALLA RICERCA

Il valore monetario dei prodotti del volontariato

A partire dalla crisi del welfare state si è assistito ad un progressivo ridimensionamento dei margini di manovra del settore pubblico nell'ambito dei servizi di cura (Musella – D'Acun-
to, 2004). I processi di esternalizzazione e di privatizzazione sociale dei servizi alla persona hanno portato a riconsiderare i rapporti tra istituzioni non profit e pubbliche amministrazioni, in un'ottica più complementare e sussidiaria, riconoscendo alle prime un ruolo chiave, sia in termini di crescita del Pil, sia in termini di crescita dell'occupazione. Pertanto, se nella prima fase di passaggio dal *welfare state* al nuovo *welfare*, i rapporti tra pubblico e privato sociale sono stati intesi nel senso di attribuire al pubblico tutte le funzioni che riguardano la generalità, arrestandosi ad un certo livello, al di sotto del quale aprire lo spazio a forme "suppletive" di intervento da parte delle cd. formazioni sociali, oggi si avverte maggiormente la necessità di suscitare partecipazione dal basso, per dare voce ad un *welfare* locale, attivo e di prossimità. Le scelte di questo nuovo sistema di welfare locale saranno sempre più quindi il risultato di un'effettiva interazione e cooperazione tra Pubblica amministrazione, organizzazioni sociali (terzo settore) e cittadini (Musella - Santoro, 2012).

Tuttavia, ad oggi non si è ancora compreso l'effettivo ruolo e l'effettivo valore delle *non profit*, ed in particolare delle associazioni di volontariato, nel sistema dei servizi sociali. E la non comprensione si è tradotta in una totale e sconcertante sottovalutazione dell'intero mondo del privato sociale, come testimoniano da ultimo, per fare un esempio, le scelte del Governo Monti sull'Authority del terzo settore.

Alcuni riconducono le cause di una così palese sottovalutazione alle difficoltà di misurare in termini economici l'apporto di questi enti, di attribuire ai beni e servizi prodotti dalle istituzioni *non profit*, scambiati al di fuori del mercato, un valore (Salamon, 2011). Salamon afferma, infatti, che solo ciò che si può misurare conta davvero; che solo ciò che si può misurare si può gestire.

Ovviamente, il mondo del volontariato diventa il luogo principale e più significativo in cui emergono queste difficoltà. Non a caso l'organizzazione di volontariato è l'unica realtà del Terzo Settore che, non potendo remunerare in alcun modo i propri aderenti né avere ricompensa o rimborso dai beneficiari delle prestazioni che offre, risulta difficilmente misurabile in termini economici e quindi, ritornando alle parole di Salamon, l'impossibilità di misurazione non consente di comprendere quanto contano davvero queste realtà.

Volontariato è infatti sinonimo di reciprocità, di solidarietà e di gratuità. La reciprocità (insieme alla solidarietà) rappresenta il fondamento etico del volontariato; la gratuità ne qualifica il *modus operandi* e lo distingue da tutte le forme di azione sociale. Quest'ultima rappresenta la capacità di oltrepassare l'orizzonte economico utilitaristico (e individualistico), come unica chiave di lettura dell'agire umano e dello sviluppo della società. Questa premessa risulta di fondamentale importanza per comprendere se e in che misura i beni prodotti dal volontariato e, quindi, "i beni della gratuità", "i beni relazionali", "i beni della solidarietà", possono essere misurati in termini economici senza, con ciò, "violare" la natura ed il ruolo del volontariato nella società civile. L'impatto effettivo del volontariato nella nostra società può essere compreso solo attraverso l'effettiva misurazione delle attività e del ruolo di questo mondo "produttivo di relazioni sociali".

Riconoscere tale valore non significa assolutamente monetizzarlo o cercare di rendere quantificabile in modo certo il suo valore, ma comprenderne meglio l'apporto e l'utilità per la società.

A ben vedere, il volontariato è ormai una componente strutturale del panorama sociale del Paese, sia in riferimento alle persone e alle organizzazioni attive che operano con "gratuità" e solidarietà, sia in riferimento all'*output*, vale a dire rispetto ai prodotti ai servizi, agli utenti in carico agli esiti di tali attività. Si potrebbe quasi dire che, se il volontariato smettesse di funzionare lo Stato e le Istituzioni per rispondere agli stessi bisogni (non omologati), dovrebbero affrontare costi forse insostenibili. Ugualmente, la garanzia di eticità di un prodotto o di

un servizio richiesta al mercato *tout court* verrebbe percepita come un elemento che giustificherebbe un prezzo più alto, generando la crescita di ineguaglianze. E' necessario, quindi, che il riconoscimento del volontariato e del suo apporto nella società civile sia sempre più valorizzato in termini non solamente sociali, ma anche economici.

Ma perché misurare? Rispondere a questa domanda non è facile e per farlo è utile partire dalla constatazione che il grande errore indotto dall'estensione della logica del mercato è associare la gratuità al "gratis", cioè a prezzo nullo, al non valore, quando invece, come è stato sottolineato dalla letteratura, alla gratuità può corrispondere anche un prezzo "infinito" (Bruni, 2006).

La teoria economica pura, infatti, separa nettamente le relazioni economiche di mercato dalle relazioni basate sulla gratuità, a partire dalla dicotomia esistente tra le motivazioni strumentali – che riflettono la cultura della modernità, basata sull'esclusione della gratuità dalla sfera economica, sull'assunto antropologico dell'*homo oeconomicus* e sulla dinamica del tornaconto - e quelle intrinseche, ovvero genuine, (Gui, 1987; Donati, 1986; Uhlaner, 1989; Zamagni, 2005; Bruni, 2006, 2010) proprie del volontariato, che si ispirano ai valori della solidarietà, della gratuità, al principio della reciprocità.

Ora, se è vero che le due motivazioni sono differenti, è anche vero che esse convivono nel nostro sistema economico e sociale. Si pongono allora alcuni interrogativi: come si pone la gratuità rispetto al mercato? Può il mercato sopravvivere senza la gratuità? E, viceversa, può la gratuità, e quindi l'economia non monetaria, sopravvivere senza il mercato? Gratuità e mercato devono essere letti necessariamente in un'ottica contrapposta, o possono coesistere in coerenza con l'affermazione del nuovo sistema di *welfare di comunità*? A queste domande cercheremo di dare una risposta nelle pagine che seguono.

1 IL RUOLO DEL VOLONTARIATO NELL'ECONOMIA PLURALISTICA

In letteratura (Gui, 1987; Zamagni, 2002; Bruni, Zamagni, 2004; Sugden, 1993; Musella, 2003; Musella, D'Angelo, 2006), da molto tempo, si attribuisce alle *non profit*, ivi comprese le associazioni di volontariato, il ruolo di "produttori di relazioni sociali". Esse funzionerebbero attraverso modalità di coordinamento delle transazioni in cui assume particolare rilievo la reciprocità, intesa come partecipazione ad una comunità morale con specifici valori, la cui creazione necessita di culture condivise e di prospettive valoriali e relazionali di tipo "non strumentale". Tale principio permetterebbe, secondo gli autori, la produzione di una particolare tipologia di beni, la cui presenza è indispensabile per un corretto funzionamento dell'intero sistema economico, in quanto quest'ultimo non può più reggersi solamente sulla modalità dello "scambio di equivalenti" e su quella della "redistribuzione", basati rispettivamente sulla logica del contratto e su quella del comando. Questa particolare categoria di beni (i beni relazionali) non può essere ottenuta attraverso lo scambio anonimo sul mercato o tramite la redistribuzione, perché necessita della partecipazione attiva dei soggetti nella loro identità di persone, all'interno cioè di un sistema culturale specifico. In altri termini, i beni relazionali non possono essere forniti né dal mercato, nel quale avvengono transazioni "anonime", né dallo Stato, perché la coercizione e la burocrazia sono incompatibili con la relazionalità. L'importanza della relazionalità *nel* e *per* le realtà del Terzo Settore, e del mondo del volontariato, in particolare, così come la naturale predisposizione che esse hanno ad ospitare relazioni interpersonali di qualità, a beneficio dei soggetti coinvolti, e non solo, permette quindi di attribuire un ruolo indispensabile alle *non profit* nel nuovo sistema di *welfare* di comunità e richiede necessariamente l'individuazione di parametri di misurazione volti a valorizzare economicamente, oltre che socialmente, le attività prodotte da esse prodotte. Per comprendere meglio, quindi, il ruolo delle relazioni è bene collocare la questione nella prospettiva di un'economia

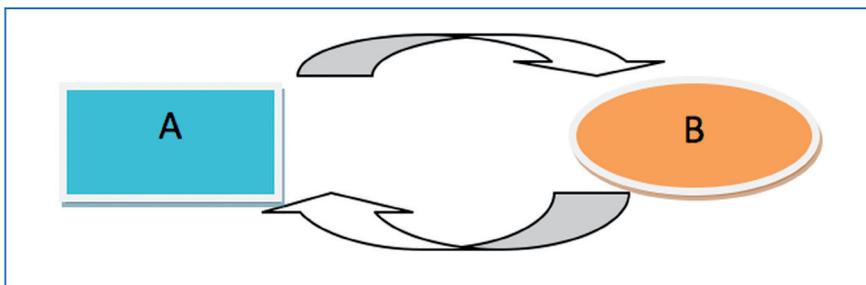
pluralistica che punta a realizzare una sorta di complementarietà tra l'economia di mercato (mercato), l'economia non di mercato (Stato) e l'economia non monetaria (economia del volontariato).

Veniamo ora ad analizzare, seppur per grandi linee, le caratteristiche connaturate ai questi tre poli dell'economia e della società.

1.1 IL MERCATO

È un modo di organizzare produzione, distribuzione e consumo, in base al principio dello scambio interessato. Imprese e mercato producono beni economici, individuando nel profitto il principale parametro di efficienza e prezzi e quantità di beni sono le sole grandezze essenziali di riferimento. Dunque A cede a B un bene o servizio in cambio di un corrispettivo in moneta che B cede ad A. Le caratteristiche costitutive dello scambio, presentate nella figura che segue:

Bene e servizio



Corrispettivo

Le identità personali non contano

Il corrispettivo è adeguato

C'è sinallagma tra le due prestazioni

Il rapporto si risolve (se rinasce è un nuovo rapporto)

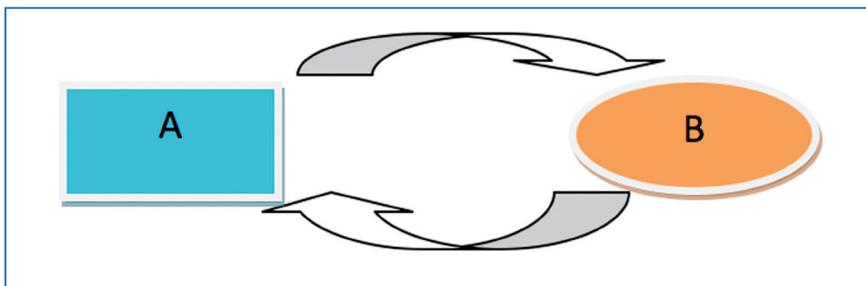
Le motivazioni dello scambio non vanno al di là del self interest

La reciprocità relazionale e la gratuità non appartengono all'economia di mercato proprio perché l'oggetto della transazione di mercato è l'ottenimento del massimo vantaggio individuale del partecipante alla transazione stessa. Lo scambio di mercato, in quanto tale, non può garantire che la relazione di scambio si sviluppi nella pienezza di una relazione sociale, perché dettato da motivazioni strumentali.

1.2 LO STATO

Nello Stato il principio che ispira interazioni tra individui è diverso. Esiste una "regola, sottoposta al controllo democratico" (Laville, 1988). Lo Stato capta nel suo ambito rapporti di reciprocità, sia attraverso opere di beneficenza sia attraverso le associazioni che gestiscono servizi sociali in qualità di ausiliari funzionali dello Stato. Tuttavia, la reciprocità che caratterizza questa forma di economia resta un principio distinto e indipendente dalla redistribuzione, "marginale e periferico rispetto alle istituzioni e ai processi fondamentali della società" (Hermann, 1984).

Servizio pubblico



Principio redistributivo

Le identità personali contano (attivi/inattivi, ricchi poveri)

Le motivazioni dello scambio non sempre vanno al di là del self interest (tornaconto elettorale...)

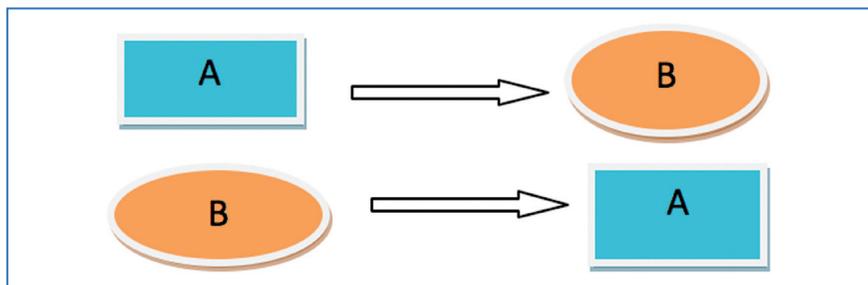
Gli interventi redistributivi sono regolamentati dalla legge

Gli obiettivi di solidarietà sociale sono imposti dalle norme e non dalla libertà di scelta degli individui e dei gruppi.

1.3 L'ECONOMIA DEL VOLONTARIATO

L'economia del volontariato corrisponde all'economia in cui lo scambio di beni e servizi è affidato alla reciprocità e all'amministrazione domestica, ed ha per scopo la produzione di valori di legami sociali e di relazionalità tra gli uomini. La reciprocità diventa il principio atto a consentire di identificare la natura profonda dell'azione volontaria, perché include al suo interno anche il principio della gratuità (motivazioni intrinseche ed estrinseche). Nell'ambito dell'economia non monetaria si scambiano beni sociali, vale a dire, beni che hanno un costo e un valore, ma non necessariamente un prezzo. I soggetti che producono tali beni non perseguono il profitto, ma devono conseguire l'efficienza, intesa in termini diversi rispetto a quella di mercato (Quadrio Curzio, 2007).

Trasferimenti di reciprocità



Principio della reciprocità

Le identità personali contano¹

Trasferimento volontario

Non c'è alcun sinallagma

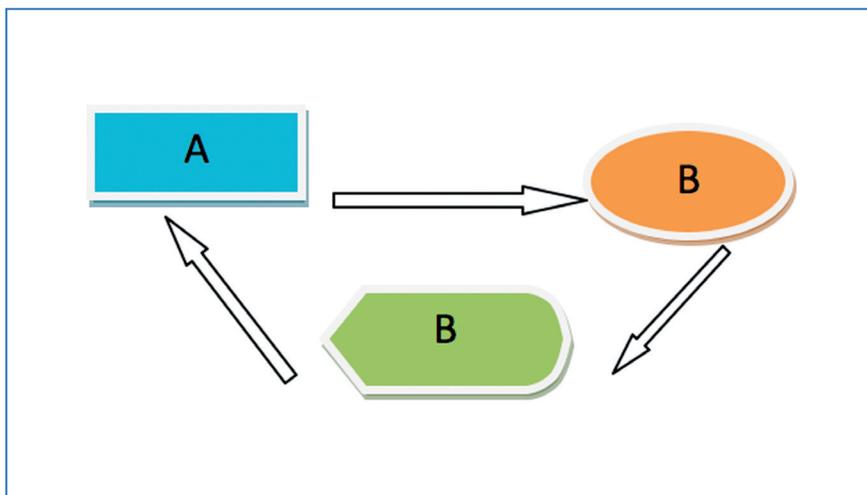
Reciprocazione volontaria²

Il rapporto non si esaurisce, anzi...

¹ Come afferma Uhlaner (1989, p. 225), "i beni che si presentano negli scambi dove ognuno può offrire in maniera anonima non sono relazionali".

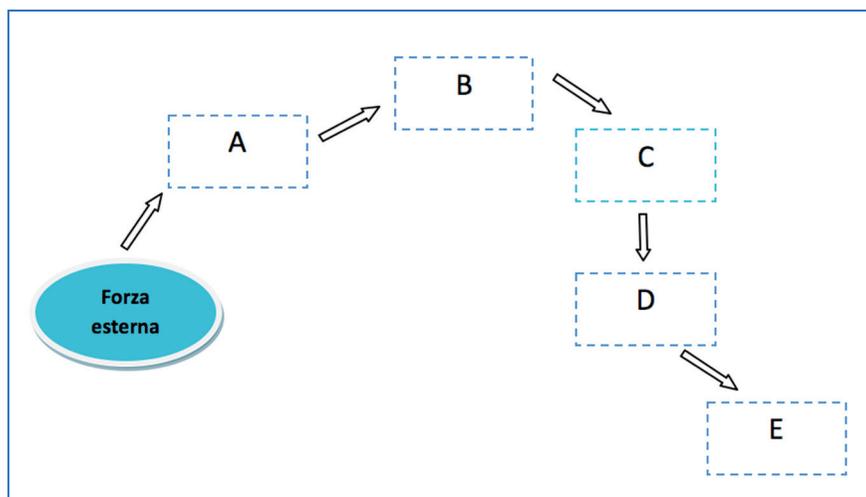
² Ugualmente, Uhlaner afferma che la reciprocità è una caratteristica che i beni relazionali richiedono proprio perché beni fatti di relazioni, che non possono dunque essere goduti se non condivisi. Uhlaner (op. cit.)

Trasferimenti di reciprocità multi direzionali



a solidarietà di gruppo, classe, comunità, generazioni

La catena dei trasferimenti economici di reciprocità



Le donazioni nell'ottica della reciprocità

Per definire la migliore articolazione possibile tra i tre poli dell'economia, occorre precisare i vantaggi, ma anche i limiti di ciascuno di essi. L'economia di mercato può essere fonte di

efficienza allocativa - a condizione che si realizzino pienamente le regole della concorrenza - ma può allo stesso tempo generare forti disequaglianze, poiché si interessa solo di bisogni solvibili; l'economia non di mercato può garantire maggiore eguaglianza, mediante l'accesso al servizio pubblico, ma può generare maggiore burocratizzazione, pesantezza amministrativa, sprechi di risorse, corruzione.

In un quadro nel quale mercato e intervento pubblico svolgono funzioni positive non prive di inefficienze, la logica della reciprocità e del volontariato può esercitare una funzione compensativa di tali limiti, garantendo un incremento della qualità dei legami sociali che può realizzarsi anche nella produzione di beni e servizi di mercato e non di mercato. Come fare per consentire un rafforzamento del vincolo sociale anche nello Stato, ma in particolar modo nel mercato, basato sulla fiducia, sulla relazione, sulla reciprocità, senza il quale, nelle attuali condizioni storiche, gli stessi non possono più funzionare? Forse, soprattutto in riferimento ai limiti del mercato, proprio il tema del valore intrinseco e genuino anziché strumentale degli incontri di cui è fatta la vita economica può essere un'utile chiave per affrontare il tema della contaminazione tra logica economica di mercato e logica dell'attenzione all'altro (Gui, 2000). Occorre giungere ad una contaminazione tra logiche diverse, tra la logica dell'efficienza e dell'economicità da un lato e quella del servizio e della gratuità dall'altro (Zamagni, 2005).

Se mercato e Stato iniziano a far riferimento ad un insieme di valori etici basati sulla reciprocità, sul rispetto, sulla fiducia, allora entrambi potranno svolgere il loro ruolo in modo appropriato in termini di sviluppo sociale e personale.

2 METODI: LA VALUTAZIONE ECONOMICA DEL VOLONTARIATO

Per i beni e i servizi che possono essere scambiati sul mercato, è noto che il prezzo è dato o dall'incontro tra la domanda dei consumatori e l'offerta dei produttori, o dal costo di produzione, maggiorato di un *mark-up*. Discorso diverso, invece, è da farsi fatto per i beni e servizi prodotti dal volontariato, per i quali un prezzo non c'è, né è facile addivenire ad una misura del valore economico che essi rappresentano per la comunità. Per comprendere il valore in termini monetari di tali beni è, dunque, necessario procedere, rinviando a prassi e recenti sperimentazioni in tema di stima monetaria di "beni comuni". Le strade da seguire sono due: misurazione degli *output* e quelle degli *input*. La prima strada consiste in un'applicazione del cosiddetto metodo dell'analogia di mercato e si basa sul confronto tra un prezzo o una tariffa applicata dal mercato privato su determinati beni "analoghi" a quelli prodotti dal volontariato. La seconda strada si percorre seguendo il cosiddetto metodo del costo opportunità, ovvero del costo di sostituzione, basato sulla valorizzazione del lavoro non retribuito in riferimento ai costi necessari per produrre il bene o servizio offerto dal volontariato; punto di partenza, in questo caso, è la funzione di produzione seguente:

$$X = X(L, K, T, \dots)$$

Considerati dati la quantità di capitali K e gli altri fattori della produzione (T), otteniamo la seguente espressione

$$X = X(L)$$

dove X è il livello della produzione ed L è il livello dell'occupazione volontaria.

La metodologia d'indagine della presente ricerca è di tipo quantitativa ed è rivolta ad un campione statistico di 91 ODV, scelte nell'ampio mondo delle organizzazioni iscritte al CSV

Napoli, alle quali è stato somministrato un questionario contenente indicazioni riferite alle aree di intervento, distinte tra “anziani”, “immigrati”, “minori” e “disabili”, alle tipologie di servizi offerti, al numero degli utenti, alle ore di lavoro prestate dai volontari e dalle risorse retribuite e al costo orario e complessivo delle risorse umane impiegate nella erogazione dei servizi di volontariato, in un periodo di tempo ben definito (1 mese - marzo 2011).

Come già riferito, rispetto alle varie tipologie di metodi di misurazione degli *output*, delineate dalla letteratura e dall’esperienza empirica, si è scelto di trattare nell’ambito di questa ricerca, quella riferita all’analogia di mercato, quella tecnica che consente di valutare i beni delle ODV che presentano caratteristiche simili ai beni scambiati nel mercato, attraverso l’utilizzo dei prezzi e delle quantità di questi ultimi³. L’idea è di utilizzare il prezzo di un bene scambiato sul mercato come prezzo ombra di un bene offerto dalle odv. Così, ad esempio, i prezzi rilevati dal mercato del “doposcuola privato” potrebbero essere utilizzati per valutare i benefici realizzati da una organizzazione di volontariato che offre, per l’appunto, servizi a sostegno della dispersione scolastica. Allo stesso tempo, il valore di un corso di formazione, implementato dai Centri di servizio del volontariato, ovvero dalle stesse organizzazioni di volontariato, potrebbe essere misurato mediante la comparazione del prezzo di un corso simile offerto da aziende private. Ovviamente, per adottare un simile metodo è necessario che si verifichi la condizione che il bene da valutare sia sufficientemente omogeneo con quello scambiato nel mercato. Siamo ben consapevoli dei limiti riconducibili a questo tipo di approccio e della ridotta praticabilità dello stesso, derivante sostanzialmente dalla natura dei beni e servizi offerti che non possono avere un corrispettivo di mercato, dato che ci riferiamo a beni in cui è del tutto assente una domanda solvibile. Tuttavia, convinti e consapevoli dal fatto che l’articolazione dei rapporti tra l’economia di mercato, l’economia non di mercato e l’economia non monetaria debba passare necessariamente attraverso

³ La descrizione di questa tecnica si basa essenzialmente su A.E. Boardman et al., *Cost-benefit Analysis - concept and practice*, Prentice Hall, 1996, 309 ss.

una contaminazione tra le logiche dell'efficienza e quelle della gratuità, della reciprocità e dell'attenzione all'altro, riteniamo che un primo passo per giungere a tale obiettivo, sia proprio quello di provare ad analizzare in chiave comparativistica e per analogia queste "due tipologie di mercato".

Questa valutazione deve tenere ben presente l'incidenza delle cd. economie esterne prodotte dai beni del "volontariato" (le cd. *esternalità positive*) che si verificano quando all'attività poste in essere dalle ODV a favore di determinati soggetti sono associati impatti positivi nei confronti di altri soggetti e questi ultimi non pagano un prezzo pari ai benefici ricevuti, in quanto, per tali beni non esiste un'esplicita compensazione di mercato. Rispetto agli esempi precedenti, infatti, risulta che al consumo privato del doposcuola possono essere associati impatti positivi ricadenti su altri soggetti, come la riduzione del tasso di criminalità giovanile in una determinata zona a rischio; alla decisione di attivare corsi di formazione possono essere associati effetti esterni positivi riferiti per esempio, alla disponibilità, in una certa area, di manodopera qualificata. Accanto all'indicatore "prezzo" si assoceranno quindi altri indicatori qualitativi atti a misurare il *plus valore* sociale dei beni prodotti dal volontariato che andrebbe ad incrementare il valore di mercato "simulato" degli *output*.

2.1 METODO DIRETTO DEGLI OUTPUT MISURATO ATTRAVERSO IL PREZZO DI MERCATO DI BENI EQUIVALENTI

Tab. 1 metodo per analogia di mercato

PERIODO DI RIFERIMENTO: MARZO 2011

AREA ANZIANI	n. utenti	ore v.	ore r.	prezzo u.	valore economico
Accompagnamento e inserimento sociale	98	288			
Ascolto telefonico	175	316			
Ascolto, sostegno, assistenza morale	445	712	536		
Assistenza domiciliare e socio-assistenziale	105	412	208		
Trasporto sociale anziani	20	100	60		
Attività di integrazione sociale	534	480	342		
Centro sociale polifunzionale	250	178	490		

AREA IMMIGRATI	n. utenti	ore v.	ore r.	prezzo u.	valore economico
Area sostegno e assistenza morale	190	368	160		
Mediazione culturale	62	148	92		
Attività di integrazione sociale	52	86	40		
Centro di aggregazione	85	88	36		

GIOVANI E MINORI	n. utenti	ore v.	ore r.	prezzo u.	valore economico
Accompagnamento e inserimento sociale	543	592	145		
Ascolto telefonico	20	30			
Sostegno scolastico a domicilio	130	197	545		
Assistenza in ospedale	30	1500			
Educativa territoriale e di strada	267	2211	69		
Attività ricreative e culturali	1972	4317	1104		
Contrasto alla dispersione scolastica	389	2078	624		
Campi residenziali, estivi e di volontariato	100	883	126		
Attività sportive	217	274	100		

DISAGIO PSICHICO	n. utenti	ore v.	ore r.	prezzo u.	valore economico
Accompagnamento e inserimento sociale	145	536	113		
Ascolto telefonico	35	246	0		
Ascolto, sostegno, assistenza morale	195	538	82		
Assistenza in ospedale	140	1000	0		
Trasporto sociale persone con disabilità	143	1360	30		
Attività di integrazione sociale	112	386	131		
Sostegno scolastico	108	60	0		
Prevenzione al disagio psichico	5	0	8		
Gruppi di auto-aiuto	65	119	40		
Centro sociale polifunzionale	110	120	84		

Fonte. Nostra elaborazione sui dati raccolti, relativi ai 91 questionari somministrati, attraverso il programma statistico SPSS.

La difficoltà che emerge per la misurazione degli *output* del volontariato consiste sia nel trovare una giusta stima in termine di *unità fisiche* dei prodotti delle ODV, sia nel fornire un prezzo dell'unità di *output*.

Com'è noto, il valore monetario della produzione è dato da:

$$Ve = \sum (P_i * Q_i)$$

laddove

Q_i indica la quantità dei beni e servizi prodotti dai lavoratori non retribuiti e P_i indica il prezzo di mercato del prodotto *sostitutivo più simile* al bene o servizio prodotto dai volontari e non scambiato sul mercato.

La valorizzazione in termine economici degli *output* delle ODV, tuttavia, in considerazione della nostra banca dati e dell'immaterialità ed intangibilità dei beni prodotti dal mondo del volontariato, risulta praticabile solamente per una limitata categoria di servizi: quelli per cui esiste un succedaneo di mercato approssimativamente analogo.

Misurare il prodotto del volontariato in termini di *output* richiede infatti l'adozione di alcune fondamentali scelte operative. A tal proposito è bene considerare che, a differenza di ciò che avviene nel settore agricolo ed in quello manifatturiero, il prodotto del volontariato è quasi sempre un servizio di natura immateriale (sempre nel caso dei prodotti di cui si parla nella nostra banca-dati). Il prodotto, avendo una consistenza immateriale, va innanzitutto definito nei suoi contorni "reali" perché sia possibile avviare un ragionamento sulla sua misura.

Vediamo adesso, a titolo esemplificativo, l'azione "Sostegno scolastico a domicilio" riferita all'area giovani:

GIOVANI E MINORI	numero utenti	ore c.	prezzo unitario	prezzo complessivo
Sostegno scolastico a domicilio	130	742	20	14840

Fonte. Nostra elaborazione sui dati raccolti, relativi ai 91 questionari somministrati, attraverso il programma statistico SPSS.

Se si prendono in considerazione il numero degli utenti, a prescindere dal contenuto specifico delle prestazioni, e si attribuisce un prezzo di mercato approssimativo alle lezioni fornite ai 130 utenti, di circa 20 euro all'ora, allora si può giungere ad una quantificazione del valore del servizio complessivo offerto pari a 14840 euro. 14840 è dunque una possibile misura del valore economico prodotto dalle ODV del campione che offrono questo servizio nel corso di un mese.

Discorso simile può essere fatto anche in riferimento al servizio "Contrasto alla dispersione scolastica".

GIOVANI E MINORI	numero utenti	ore c.	prezzo unitario	prezzo complessivo
Contrasto alla dispersione scolastica	389	2702	20	14558

Fonte. Nostra elaborazione sui dati raccolti, relativi ai 91 questionari somministrati, attraverso il programma statistico SPSS.

Appare evidente come anche in questo caso sia possibile applicare la formula del valore monetario della produzione $V = P * Q$ per giungere, quindi, ad un prezzo complessivo pari a 14558 euro. Occorre, tuttavia, sottolineare, che nel caso di specie, accanto alla misurazione del valore della produzione in termini prettamente economici, bisognerebbe considerare il *plus valore* implicito del servizio in relazione alle cosiddette economie esterne prodotte dal servizio stesso. Infatti, gli investimenti in capitale umano, realizzati in concreto attraverso la riduzione del fenomeno della dispersione scolastica, possono ampliare le conoscenze e le capacità degli individui, rendendoli più produttivi (Becker, 1975⁴); e possono (o potrebbero), inoltre, abbassare in misura consistente i costi della giustizia

⁴ Becker G., (1975) *Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis, with Special Reference to Education*, seconda edizione.

penale di una determinata zona a rischio, in relazione alla riduzione del tasso di criminalità giovanile, ed incrementare la produttività di un territorio, in termine di disponibilità di nuova forza lavoro “legale” e non criminale. È chiaro che in questo secondo caso (ma anche per il primo si potrebbero proporre ragionamenti simili) il valore in euro calcolato nel modo proposto sottostima evidentemente altri “valori” economici prodotti.

Veniamo ora al servizio “Ascolto telefonico”. Cosa produce un centro di ascolto? Ascolto, appunto. Ma cosa vuol dire in concreto? Minuti dedicati da una persona ad ascoltare effettivamente chi chiama al telefono o si presenta in sede? Allora per calcolare l’*output* di questo servizio potremmo considerare il prezzo di un’ora di telefonate (es. 1 euro all’ora): se, quindi, in un mese i 175 utenti usufruiscono di 316 ore di servizio, il valore prodotto dal volontariato è pari a 316 euro. In questo caso il valore dell’*output* viene calcolato non sulla base dell’utilità degli utenti, né del valore delle risorse, né del costo complessivo dell’erogazione del servizio, che dovrebbe tener conto del costo del personale, ma usando il semplice prezzo delle telefonate.

AREA ANZIANI	numero utenti	ore c.	prezzo unitario	prezzo complessivo
Ascolto telefonico	175	316	1	316

Fonte. Nostra elaborazione sui dati raccolti, relativi ai 91 questionari somministrati, attraverso il programma statistico SPSS.

Ugualmente, il servizio “trasporto sociale per persone con disabilità” potrebbe essere misurato tenendo conto delle tariffe che vengono applicate dai conducenti di minibus privati, che si aggirano intorno ai 60 euro mensili, e quindi, in base alla nostra banca dati, indipendentemente dal numero delle ore complessive erogate, il valore dell’*output* erogato corrisponderebbe complessivamente 8580 euro. Ma, la valutazione di questo

servizio, considerata in riferimento al solo trasporto, non tiene conto di altri elementi immateriali e intangibili che appartengono alla sfera delle relazioni, ai rapporti identitari che si instaurano tra conducente ed utente, alla capacità di ascolto e di interazione, alla fiducia, che non possiamo misurare in base alla disponibilità dei nostri dati. Anche in questo caso, la descrizione dell'*output* non ci consente di attribuire una corretta valorizzazione dei beni e servizi prodotti dalle ODV.

DISAGIO PSICHICO	numero utenti	ore c.	prezzo unitario	prezzo complessivo
Trasporto sociale persone con disabilità	143	1390	60	8580

Fonte. Nostra elaborazione sui dati raccolti, relativi ai 91 questionari somministrati, attraverso il programma statistico SPSS.

Per la maggior parte dei servizi offerti dalle ODV esaminate, dunque, il metodo di valutazione degli *output* ha una ridotta o impossibile praticabilità.

Appare evidente l'incoerenza teorica, oltre che empirica, rispetto ad una simile proposta di misurazione. Incoerenza che deriva sostanzialmente dall'assenza di indicatori in grado di misurare il valore qualitativo del servizio in termini puramente economici.

2.2 METODO INDIRETTO DEGLI INPUT BASATO SULLA VALORIZZAZIONE DEL LAVORO

Il nostro obiettivo di partenza non può dunque considerarsi raggiunto in modo soddisfacente. La misurazione degli indicatori di *output*, presenti nella nostra banca dati, non è adeguata in molti casi e il prezzo dei servizi analoghi troppo impreciso. Si deve allora tornare al metodo degli *input*, bastato sulla valorizzazione del lavoro volontario, e quindi, sull'analisi dei costi. Si tratta di una tecnica che si applica, generalmente, quando si prendono in considerazione beni o servizi che non sono scambiati su di un mercato e che ha senz'altro il limite di identificare valori degli *output* con valori degli *input*.

Tra i metodi indiretti utilizzati per la valutazione monetaria del tempo dedicato al fattore produttivo "lavoro volontario", già sperimentati da un punto di vista sia teorico sia empirico⁵, possiamo annoverare: il metodo del costi opportunità e il metodo del costo di sostituzione. Vale la pena considerarne brevemente caratteristiche e limiti. Il metodo del costo opportunità si basa sul modello teorico dell'uso del tempo di Becker (1965), secondo il quale il tempo non retribuito andrebbe trattato nella stessa maniera del tempo destinato alla produzione dei beni di mercato. Becker parte dalla consapevolezza che nel compiere le proprie scelte l'attore sociale tende ad economizzare le risorse di tempo così come quelle di denaro, distribuendole tra le varie attività al fine di ottenere la stessa utilità marginale in ogni settore. L'individuo, pertanto, trasferisce il tempo da una attività a basso rendimento ad una a rendimento più elevato, fino a raggiungere un certo equilibrio. A partire da questo modello, attraverso il metodo del costo opportunità, un individuo può liberamente decidere se dedicare il proprio tempo ad attività di lavoro volontario, ovvero ad attività retribuite. Presupposto di tale metodo è che il volontario sia perfettamente

⁵ Cfr. *Il valore economico del volontariato in provincia di Monza e di Brianza, Csv - M&B, in collaborazione con Centro di ricerche sulla cooperazione e sul Non profit, Università Cattolica Del Sacro Cuore di Milano, 2011; AA.VV., La valorizzazione economica del lavoro volontario nel settore non profit, CNEL, ISTAT, Osservatorio sull'Economia Sociale, marzo, 2011.*

in grado di conoscere quali siano le utilità marginali per ogni uso del suo tempo.

Per calcolare il valore del volontariato attraverso il metodo del costo opportunità, bisogna prendere come parametro di riferimento la retribuzione oraria che il volontario avrebbe percepito se avesse impegnato il suo tempo in attività lavorative. Ovviamente il summenzionato metodo non è immune da limiti. Innanzitutto, non tutti i lavoratori hanno la libertà di decidere quanto tempo destinare al lavoro retribuito e non tutti sono in grado di misurare le utilità marginali per ogni uso del loro tempo. In secondo luogo, la perdita di salario può avere delle ripercussioni differenti sul benessere dei volontari, a seconda delle attività retribuite che essi stessi svolgono (il volontario che esercita un lavoro di dirigente di un'azienda, per esempio, subirà una perdita di salario minore rispetto al volontario, operaio della FIAT). Inoltre, il metodo non considera le competenze immateriali acquisite o proprie dell'individuo, prime fra tutte quelle relazionali, riducendo in modo piuttosto significativo la valutazione dell'attività del volontariato. Infine, nel caso in cui il volontario sia un disoccupato che non percepisce nessun salario, allora il costo opportunità sarebbe uguale a zero e il tempo dedicato al lavoro volontario non sarebbe frutto di una scelta libera e di sostituzione con il tempo dedicato allo svolgimento di attività lavorative.

Il metodo del costo di sostituzione, invece, attribuisce un valore economico al tempo offerto dai volontari per ogni tipo di funzione che essi assolvono; un valore pari al costo che sarebbe necessario pagare per retribuire un persona che sostituisca il volontario, qualora si acquistassero gli stessi servizi di mercato. Il più grande limite di tale metodo consiste nel dare per scontato che le due categorie summenzionate (volontari e retribuiti) abbiano la stessa produttività. Inoltre, alcune tipologie di servizio offerte dalle ODV, come abbiamo avuto modo di dimostrare anche dall'analisi del metodo di valutazione degli *output*, potrebbero essere del tutto assenti sul mercato del lavoro *totut court*, rendendo impossibile la comparazione. Infine, azioni differenti (tra il mondo volontario e quello retribuito) potrebbero essere valutate alla stessa stregua.

Una possibile variante del metodo basato sul costo di sostituzione propone di assegnare la retribuzione di una professione “vicina”, o comunque simile, alla mansione che i volontari normalmente svolgono, attraverso l’individuazione del “salario ombra”, ossia di quel salario pari alla retribuzione lorda di un addetto impegnato nel campo dei servizi sociali e dei lavori di comunità. Pertanto, per ovviare alla carenza di dati ed alle difficoltà della stima, ai fini della presente ricerca, sono state valorizzate le ore di Volontariato con il salario ombra, in linea con le raccomandazioni delle Nazioni Unite (UN, 2002). L’applicazione del metodo del salario ombra richiede, come primo passo, la determinazione dell’ammontare delle ore di Volontariato prestate, per ogni figura professionale coinvolta, moltiplicate per la retribuzione lorda di un addetto che svolge una funzione simile nel campo dei servizi sociali. Pertanto, sulla base dei dati a nostra disposizione, abbiamo cercato di valorizzare l’apporto del lavoro volontario a partire dalla seguente equazione:

$$C_v = H * W_e$$

Laddove:

C_v corrisponde al valore del costo dei volontari;

H corrisponde alle ore di lavoro volontarie;

W_e corrisponde al salario ombra che spetterebbe ad un addetto nel campo dei servizi sociali, in base alla funzione che svolge, determinato dai contratti collettivi di lavoro.

Tab. 2 metodo degli input

CATEGORIE	totale ore	costo orario	solario ombra
Addetti amministrativi	1311	40	52440
Operatori di sportello	772	18	13896
Medici	490	60	29400
Psicologi	503	60	30180
Sociologi	139	60	8340
Assistenti sociali	150	30	4500
Insegnanti	873	40	34920
Educatori con titolo	2098	60	125880
Educatori senza titolo	1670	30	50100
Animatori	8531	18	153558
Operatori di strada	396	18	7128
Assistenti materiali alle persone	919	18	16542
Autisti	780	18	14040
Mediatori	246	40	9840
Avvocati	383	60	22980
	Tot. ore	Tot. costo l. volontario	
	19.261	573.744	

Fonte. Nostra elaborazione sui dati raccolti, relativi ai 91 questionari somministrati, attraverso il programma statistico SPSS.

Il limite di tale metodo consiste nel rischio di sottostimare il valore della produzione del volontariato in relazione alla bassa remunerazione che caratterizza il settore dei servizi sociali. La scelta del metodo più adatto per la valorizzazione economica del volontariato, dipende dalle informazioni disponibili che, nello specifico, attengono al numero di ore prestate dai lavoratori volontari nel mese di riferimento⁶ per settori di attività prevalente delle organizzazioni.

⁶ Mese di marzo 2011.

A partire dai dati rilevati, si è giunti alla misurazione del valore complessivo del salario ombra che i volontari avrebbero in un mese percepito in veste di lavoratori remunerati, pari a 573.744 euro.

E' bene precisare che tale misura rappresenta una stima piuttosto approssimativa. Si basa, infatti, su due assunti: i servizi di volontariato riconducibili al medesimo settore di attività si suppongano essere economicamente equivalenti; il lavoro svolto dai volontari è equiparato, sia sotto il profilo della qualità sia della produttività, a quello prestato dai lavoratori dipendenti retribuiti nel medesimo settore. Seppur imprecisi, questi risultati consentono comunque di rappresentare in modo più realistico la rilevanza economica del volontariato, sia in termini di *output* sia in termini di *input*. Tuttavia, sebbene si riesca a comprendere quanto contano queste realtà in relazione al loro valore tangibile, ma non si riesce ancora a misurare il valore aggiunto dei beni e servizi prodotti dal volontariato. Non siamo ancora in grado quindi di attribuire un valore monetario alle *performance* sociali prodotte dal volontariato. Ciò nonostante, ci sembra di esserci avviati sulla strada giusta per misurare, almeno dal punto di vista quantitativo, quanto valgono i servizi prodotti dal volontariato nella realtà napoletana.

BIBLIOGRAFIA

AA.VV., *La valorizzazione economica del lavoro volontario nel settore non profit*, CNEL, ISTAT, Osservatorio sull'Economia Sociale, marzo, 2011.

AA.VV., *Il valore economico del volontariato in provincia di Monza e di Brianza, Csv - M&B, in collaborazione con Centro di ricerche sulla cooperai zone e sul Non profit*, Università Cattolica Del Sacro Cuore di Milano, 2011.

Becker G., *Human Capital: A Theoretical and Empyrial Analysis, with Special Reference to Education*, seconda edizione, 1975.

Boardman A. E. et al., *Cost-benefit Analysis – concept and practice*, Prentice Hall, 1996, 309 ss.

Buni L., *“Reciprocità. Dinamiche di cooperazione, economica e società civile*, Bruno Mondatori, Milano, 2006.

Bruni L., *L'ethos del mercato. Un'introduzione ai fondamenti antropologici relazionali dell'economica*, Bruno Mondatori, Milano, 2010.

Bruni L., Zamagni S., *Economia civile. Efficienza, equità, felicità pubblica. Collana “Saggi”*, 2004.

Donati P., *Introduzione alla sociologia relazionale*, Angeli, Milano, 1986.

Gui, B., *“Eléments pour une définition d' «économie communautaire»”*
Notes et Documents, 19-20, pp. 32-42, 1987.

Hermann R. D., *Why is there a third sector? Bringing Politics. Back in School of Business and Public Affairs*, University of Missouri, Kansas City, 1984.

Laville J.L, L'economia solidale, Boringhieri, Torino, 1998.

Musella M. – Santoro M., L'economia sociale nell'era della sussidiarietà, Giappichelli, Torino, 2012.

Musella M. – D'Acunto S., Economia politica del non profit, Giappichelli, Torino, 2004.

Musella M., Beni relazionali, servizi relazionali: output e lavoro nell'impresa sociale, in M. Musella M.– S. D'Angelo (a cura di), Strategie per lo sviluppo dell'imprenditorialità sociale, Gesco edizioni, Napoli, 2006, 11 ss.

Quadrio Curzio A. - Fortis M. (a cura di), Valorizzare un'economia forte. L'Italia e il ruolo della sussidiarietà, Il Mulino, Bologna, 2007.

Salamon L., "Messaggio del Prof. Lester Salamon, Direttore Center for Civil Society Studies John Hopkins University, alla II Conferenza di Csonet del 26/10/2010", in, La valorizzazione economica del lavoro volontaria nel settore non profit, Istat, Cnel, marzo 2011.

Sudgen R., Welfare, Resources and Capabilities, in "Journal of Economic Literature", XXXI, pp. 1947-1962, 1993.

Uhlener, C. J., Relational goods and participation: Incorporating sociability into a theory of rational action, in Public Choice, 62, 253-285, 1989.

United Nations, Handbook on Nonprofit Institutions in the System of National Accounts, United Nations, New York, 2002.

Zamagni S., Gratuità e agire economico: il senso del volontariato, Working paper n. 9, Università di Forlì-Aiccon, 2005.

APPENDICE

La ricerca si è sviluppata attraverso 6 fasi, sintetizzate nella tabella seguente:

FASE	DESCRIZIONE
1. Predisposizione di un questionario strutturato.	Questionario strutturato per analisi quantitative rispetto: all'area di intervento; alla tipologia di intervento per settore di attività prevalente; al montante ore per attività e per categoria professionale.
2. Individuazione delle organizzazioni a cui somministrare il questionario e scelta della procedura di somministrazione	Organizzazioni individuate in collaborazione con il CSV Napoli
3. Somministrazione questionario	Questionario somministrato dai responsabili CSV Napoli. Sono pervenute le risposte di 91 ODV.
4. Caricamento ed elaborazione dati	Inserimento dei dati in un data-base informatico. Analisi quantitativa mediante il programma di elaborazione statistico SPSS.
5. Rapporto finale	Stesura del rapporto finale e selezione dei dati più rilevanti.
6. Presentazione rapporto	Rapporto finale da presentare al convegno conclusivo.

La metodologia di indagine è stata di tipo quantitativo. La somministrazione dei questionari è iniziata a ottobre 2011 e si è conclusa nel mese di gennaio 2012. Il campione finale è costituito da 91 ODV della realtà napoletana.

Ai fini dell'elaborazione dei dati, raccolti attraverso la somministrazione dei questionari, è stato utilizzato un programma statistico, SPSS Statistical Package for Social Science.

Tabella 1: tipologie attività e area di intervento

Tipologia attività area di intervento anziani	N. ODV valore assoluto
Servizio ascolto informazione orientamento	-
Accompagnamento e inserimento sociale	3
Ascolto telefonico	2
Ascolto, sostegno e assistenza morale	4
Servizi domiciliari	-
Assistenza domiciliare socio-assistenziale	3
Assistenza in ospedale	0
Servizi territoriali	-
Trasporto sociale anziani	1
Attività di integrazione sociale	8
Mensa	0
Servizi semi-residenziali	-
Centro ascolto polifunzionale	3
Totale	25

Tipologia attività area di intervento immigrat	N. ODV valore assoluto
Servizio ascolto informazione orientamento	-
Accompagnamento e inserimento sociale	0
Ascolto telefonico	0
Ascolto, sostegno e assistenza morale	2
Servizi territoriali	-
Unità mobile di strada	0
Mediazione culturale	4
Attività di integrazione sociale	3
Sostegno all'integrazione scolastica dei minori immigrati	0
Mensa	0
Servizi semi-residenziali	-
Centro di aggregazione	2
Centri di accoglienza	0
Totale	11

Tipologia attività area di intervento giovani - minor	N. ODV valore assoluto
Servizio ascolto informazione orientamento	-
Accompagnamento e inserimento sociale	10
Ascolto telefonico	1
Servizi domiciliari	-
Sostegno scolastico a domicilio	4
Assistenza in ospedale	1
Servizi territoriali	-
Educativa territoriale di strada	8
Servizi temporanei e territoriali (attività ricreative sociali e culturali)	43
Contrasto alla dispersione scolastica	13
Campi residenziali (campi estivi, campi di volontariato)	4
Attività sportive	6
Totale	90

Tipologia attività area di intervento disabili	N. ODV valore assoluto
Servizio ascolto informazione orientamento	-
Accompagnamento e inserimento sociale	6
Ascolto telefonico	2
Ascolto, sostegno e assistenza morale	7
Servizi domiciliari	-
Assistenza domiciliare socio-assistenziale	0
Assistenza in ospedale	1
Servizi territoriali	-
Trasporto sociale persone con disabilità	3
Attività di integrazione sociale	7
Sostegno scolastico	2
Prevenzione al disagio psichico	1
Gruppi di auto aiuto	4
Servizi semi-residenziali	-
Centro sociale polifunzionale	3
Totale	38

Fonte. Nostra elaborazione sui dati raccolti, relativi ai 91 questionari somministrati, attraverso il programma statistico SPSS.

TIPOLOGIA QUESTIONARI SOMMINISTRATI

SEZIONE 1 - Area di intervento

A	Anziani	
B	Immigrati	
C	Minori e giovani	
D	Persone con disabilità e disagio psichico	

Scegliere l'area di intervento prevalente per l'associazione

A - Area Anziani			Numero utenti
	Codice attività	Categorie di servizio	
		Servizi ascolto informazione e orientamento	
Attività	a 1	Accompagnamento e inserimento sociale	
	a 2	Ascolto telefonico	
	a 3	Ascolto, sostegno e assistenza morale	
		Servizi domiciliari	
Attività	a 4	Assistenza domiciliare socio-assistenziale	
	a 5	Assistenza in ospedale	
		Servizi territoriali	
Attività	a 6	Trasporto sociale anziani	
	a 7	Attività di integrazione sociale	
	a 8	Mensa	
		Servizi semi residenziali	
Attività	a 9	Centro sociale polifunzionale	,

E' possibile scegliere una o più attività

B - Area immigrati			Numero utenti
	Codice attività	Categorie di servizio	
		Servizi ascolto informazione e orientamento	
Attività	b 1	Accompagnamento e inserimento sociale	
	b 2	Ascolto telefonico	
	b 3	Ascolto, sostegno e assistenza morale	
		Servizi territoriali	
Attività	b 4	Unità mobile di strada	
	b 5	Mediazione culturale	
	b 6	Attività di integrazione sociale	
	b 7	Sostegno all'integrazione scolastica dei minori immigrati	
		Servizi semi residenziali	
Attività	b 9	Centro di aggregazione	
	b 10	Centro di accoglienza	

E' possibile scegliere una o più attività

C - Area Minori e Giovani			Numero utenti
	Codice attività	Categorie di servizio	
		Servizi ascolto informazione e orientamento	
Attività	c 1	Acompagnamento e inserimento sociale	
	c 2	Ascolto telefonico	
		Servizi domiciliari	
Attività	c 3	Sostegno scolastico a domicilio	
	c 4	Assistenza in ospedale	
		Servizi territoriali	
Attività	c 5	Educativa territoriale e di strada	
	c 6	Servizi temporanei e territoriali (attività ricreative sociali e culturali)	
	c 7	Contrasto alla dispersione scolastica	
	c 8	Campi residenziali (campi estivi, campi di volontariato)	
	c 9	Attività sportive	

E' possibile scegliere una o più attività

D - Area persone con disabilità e disagio psichico			Numero utenti
	Codice attività	Categorie di servizio	
		Servizi ascolto informazione e orientamento	
Attività	d 1	Acompagnamento e inserimento sociale	
	d 2	Ascolto telefonico	
		Ascolto, sostegno e assistenza morale	
		Servizi domiciliari	
Attività	d 3	Assistenza domiciliare socio-assistenziale	
	d 4	Assistenza in ospedale	
		Servizi territoriali	
Attività	d 5	Trasporto sociale persone con disabilità	
	d 6	Attività di integrazione sociale	
	d 7	Sostegno scolastico	
	d 8	Prevenzione al disagio psichico	
	d 9	Gruppi di auto aiuto	
		Servizi semi residenziali	
Attività	d 10	Centro sociale polifunzionale	

E' possibile scegliere una o più attività

SEZIONE 2 - Ore di Attività

Attività (indicare il codice delle attività svolte)	Monte ore complessivo di attività front (rivolte all'utenza)	Totale	Ore di attività svolte da volontari	Ore di attività svolte da risorse umane retribuite
		0		
		0		
		0		
		0		
		0		
		0		
		0		
		0		
		0		
		0		
A - Totali	0		0	0

	Ore di attività svolte da volontari	Ore di attività svolte da risorse umane retribuite
B - Monte ore complessivo di attività back (coordinamento e organizzazione)		

TOT A+B

0

IL LABORATORIO

“Il Laboratorio” nasce da un gruppo di formatori che operano da anni nell’ambito delle professioni del sociale. In particolare, la nostra proposta si basa su:

- un’idea del “lavoro sociale” che tracci una rotta tra la “Scilla” del dilettantismo e la “Cariddi” del professionismo, disegnando una professionalità riflessiva, una professionalità non eminentemente tecnica, ma non per questo inconsistente o banale.

- un’idea di formazione aperta che non si limiti a un modello di trasmissione di conoscenze e competenze tecniche o teoriche, ma che metta al centro le enormi esperienze di cui gli operatori sociali e le imprese sociali sono portatori.

Il Laboratorio progetta percorsi che valorizzano le competenze e le conoscenze tese a sviluppare processi di cambiamento personale e collettivo, nell’ottica della trasformazione sociale.



Marco MUSELLA

Marco Musella è professore ordinario di Economia Politica e Preside della facoltà di Scienze Politiche, Università degli Studi di Napoli Federico II. È autore di numerosi libri e saggi sui temi dell'economia delle organizzazioni non profit e della riorganizzazione del sistema di welfare. Tra le pubblicazioni più recenti, ha curata con Sergio Destefanis (2009), *Paid and Unpaid Labour in Social Economy*, Physica Verlag, con Piero Fantozzi (2010), *Occhi nuovi da Sud*, Carocci, con Michele Mosca (2011), *Macroeconomia: le fondamenta*, Giappichelli.

Maria SANTORO

Maria Santoro è Dottore di ricerca in diritto pubblico e cultura dell'economia presso l'Università degli Studi di Napoli Federico II, facoltà di Scienze Politiche. Ha pubblicato alcuni saggi sui profili economici e giuspubblicistici dell'impresa sociale e sui rapporti tra pubbliche amministrazioni e organizzazioni di terzo settore ed è coautrice del volume *L'economia sociale nell'era della sussidiarietà orizzontale* (2012), a cura di M. Musella – M. Santoro, Giappichelli.

autori

**Il Laboratorio
M. Musella - M. Santoro**

revisione

Valeria Rega

impaginazione

elativgroup

stampa

**Officine Grafiche
Francesco Giannini & Figli S.p.A.**

finito di stampare aprile 2012



Centro Direzionale Is. E1
1° piano int. 2, 80143 Napoli
tel. 0815628474
info@csvnapoli.it
www.csvnapoli.it

nerosu**bianco**
numeroTRE - 2012

*collana di pubblicazioni
del CSV Napoli*