

COMUNICAZIONE E RACCOLTA FONDI - TERMINI DI ISPIRAZIONE E RIFERIMENTO

IL CONTESTO

Amici dei Bambini nasce nel 1983 per il diritto del bambino di essere figlio. Quaranta anni di attività avviate con il servizio sul fronte dell'adozione internazionale e nei decenni arricchite, per rispondere ad emergenze e bisogni della contemporaneità, attraverso l'affido, la cooperazione internazionale, il sostegno a distanza, l'accoglienza diffusa. Il diritto ad essere figlio come emergenza umanitaria non è ancora riconosciuto ma ogni azione dell'associazione si inquadra nel solco di questa emergenza e delle risposte possibili attraverso l'accoglienza familiare.

L'essere (e il non essere) figlio si interseca in maniera multisettoriale e multidimensionale alle tante proposte ed emergenze, non ultima quella educativa.

La comunicazione di Ai.Bi., istituzionale e di raccolta fondi tiene sempre conto dei seguenti elementi:

- L'aspirazione ad essere parte del mondo che contribuisce allo sviluppo umano integrale secondo la Dottrina Sociale della Chiesa;
- La capacità di raccontare la realtà avendo come termine di riferimento la bellezza del creato come metro per avvicinarsi alla dignità dei bambini, degli esseri umani e della sofferenza in generale;
- L'opportunità di individuare spazi messi a disposizione gratuitamente dalla comunità educante e dalle istituzioni (Governo, Parlamento, Media pubblici e privati...)
- La coerenza con il servizio pubblico di informazione che Ai.Bi. svolge attraverso la sua testata online **AIBINEWS** regolarmente registrata, con una media mensile degli utenti unici nell'anno 2022: 549.072
- Lo sviluppo di una politica di regolamentazione del Sostegno a Distanza basato sul valore della relazione, della trasparenza e dell'accreditamento dei soggetti che operano attraverso questo importante strumento di cooperazione, spesso ridotto a mero strumento di raccolta fondi.

Tra gli scopi anche istituzionali che Ai.Bi. si prefigge come produttore di contenuti:

- una editoria a misura di Terzo Settore – l'associazione sta lavorando affinché non solo il terzo settore cooperativo ma il non profit come corpo organico complesso venga riconosciuto e possa avere accesso ai fondi dell'editoria, con criteri ad hoc, ove produttore di contenuti qualificato;

- il divieto di pubblicità a pagamento per la raccolta fondi, ritornando così al valore autentico della solidarietà che deve essere fuori dal mercato economico (attualmente il corpo del non profit è curvato e drogato dalle regole e dalle economie di mercato e la comunicazione a pagamento è esempio lampante)
- la possibilità di accesso a spazi gratuiti, con presenza a rotazione sui media pubblici, superando la logica “dei soliti noti”.

Le attività dell'organizzazione hanno come beneficiari i minori, in particolare **minori vulnerabili**. Per la comunicazione finalizzata alla raccolta fondi Ai.Bi. opera in linea con un proprio codice etico, improntato ai seguenti principi generali, al fine ultimo di garantire il supremo interesse del minore oltre ogni altra considerazione:

- concentrarsi sui bambini e sui loro bisogni, dando loro una voce e dando forza ai loro diritti, presentandoli come agenti e protagonisti di cambiamento;
- rispettare la dignità di bambini e bambine e dei contesti di appartenenza;
- proteggere minori, le famiglie, gli operatori e le comunità coinvolte.

In tal senso, il **Piano di Comunicazione prevede sempre delle chiare linee di indirizzo** (condivise in fase di avvio del progetto tra tutti gli stakeholder) in merito alla produzione e all'uso di strumenti di comunicazione e divulgazione.

Contenuti e modalità di comunicazione sono realizzati in linea con:

- le Linee Guida per la Comunicazione esterna dell'AICS del 2018;
- le Linee Guida per la Comunicazione esterna dell'Unione Europa, del 2018;
- le Linee Guida sull'infanzia e l'adolescenza – Maeci/Aics¹
- Le Linee guida sul sostegno a Distanza²

in calce al documento si elencano tutti i documenti che Ai.Bi. tiene presenti nella sua comunicazione, sia istituzionale che di raccolta fondi.

Ai.Bi., pur non essendo ancora ETS si conforma alle linee guida in materia di raccolta fondi per gli enti del Terzo Settore.

Nello specifico si segnala che i fondi raccolti tramite attività di raccolta fondi sono destinati per l'80% a finanziare le attività istituzionali dell'ente, come specificato nel bilancio di esercizio e relativa nota integrativa.

Attraverso il bilancio di esercizio, il bilancio sociale e l'attività di comunicazione tramite i propri canali, l'associazione **assolve agli obblighi di trasparenza e rendicontazione**, aggiornando

¹ https://www.aics.gov.it/wp-content/uploads/2021/02/Linee_Guida_Infanzia_e_Adolescenza.pdf

² <https://forumsad.org/wp-content/uploads/2021/12/Lineeguidasostegnoadistanza.pdf>

con costanza i propri donatori, privati, aziende e grandi donatori, che sul sito dell'Associazione possono trovare riscontri esaustivi sull'andamento delle attività di adozione, cooperazione da loro sostenute, informazioni complete sulle modalità di donazione, gestione e rendicontazione dei fondi raccolti, dati informativi sull'Associazione.

- L'importanza di avvalersi di professionisti qualificati, capaci di avere consapevolezza non solo di ciò che si fa ma di ciò che si è nel mondo, e dunque avere la capacità di leggere la realtà non solo in termini di mercato ma secondo principi etici, antropologici, filosofici e religiosi;
- Il rispetto della dignità delle dei bambini delle bambine, dei ragazzi, dei giovani e delle famiglie;
- Essere propositivi nella risoluzione delle problematiche della comunicazione;
- Contribuire al dialogo e dibattito sulla comunicazione sviluppando relazioni di comunità;
- Essere informati e formati sulle child protection policies che l'associazione mette in atto;
- Essere informati, formati e applicare l'acquisizione delle immagini attraverso il consenso informato, sia in Italia che all'estero.

LE PERSONE AL SERVIZIO DELLE PERSONE

L'Associazione si impegna per superare il concetto di donatore/beneficiario nello spirito della enciclica papale *Fratelli tutti*.

Il **cittadino che dona** è sempre tutelato nei propri diritti:

- il diritto alla privacy.

Così i **bambini** che beneficiano:

- Il diritto di essere protagonisti
- Il diritto di essere ascoltati
- Il diritto di essere tutelati nella dignità, considerata come valore che si esprime con i criteri della Dottrina Sociale della Chiesa

I **tutori legali rappresentanti e/o genitori** sono sempre informati e per poter acquisire una immagine occorre acquisire il loro consenso, revocabile in qualsiasi momento.

Nel rispetto dei principi e dei valori cui si ispira, le iniziative di raccolta fondi pubbliche messe in campo dall'Associazione e le partnership e collaborazioni con realtà **corporate/aziende**, mirano sempre a garantire:

1. la coerenza tra i valori dichiarati dall'Organizzazione ed i comportamenti attuati dai suoi partner/donatori in ogni loro attività;
2. la tutela della reputazione dell'Organizzazione dai danni che le potrebbero derivare dall'affiancamento del suo nome a quello di realtà/individui che violino i valori e i principi solidaristici cui Ai.Bi. si ispira;

3. la tutela di Ai.Bi. da eventuali conflitti di interesse derivanti da donazioni da parte di realtà/individui il cui ambito di attività interferisca con la missione dell'associazione;

Nello specifico delle attività di raccolta fondi da aziende, sono previsti precisi requisiti. In particolare l'azienda non deve:

- a. essere in conflitto con la mission dell'Associazione;
- b. rappresentare un rischio per la sicurezza ed il lavoro dello staff di Ai.Bi. e quindi l'aiuto ai beneficiari;
- c. produrre conseguenze negative sull'immagine e sulla reputazione dell'Associazione;
- d. essere coinvolte in controversie/scandali rilevanti e in violazione dei diritti dell'infanzia;

Il presente documento è periodicamente soggetto ad aggiornamento sulla base degli elementi della contemporaneità che si ritiene debbano essere considerati

DOCUMENTI DI RIFERIMENTO

LINEE GUIDA PER LA RACCOLTA FONDI DEGLI ENTI DEL TERZO SETTORE, AI SENSI DELL'ARTICOLO 7 DEL DECRETO LEGISLATIVO 3 LUGLIO 2017, n.117.³

LINEE GUIDA PER LA VALUTAZIONE DI IMPATTO DEL SOSTEGNO A DISTANZA⁴

AOI ADERISCE ALLO IAP – ISTITUTO DELL'AUTODISCIPLINA PUBBLICITARIA ⁵ (Ai.Bi. è membro di AOI)

LA CHIESA E INTERNET- PONTIFICIO CONSIGLIO DELLE COMUNICAZIONI SOCIALI ⁶

ETICA NELLE COMUNICAZIONI SOCIALI - PONTIFICIO CONSIGLIO DELLE COMUNICAZIONI SOCIALI ⁷

LA CHIESA CATTOLICA E LA GESTIONE DELLE RISORSE FINANZIARIE CON CRITERI ETICI DI RESPONSABILITÀ SOCIALE, AMBIENTALE E DI GOVERNANCE- CEI⁸

INTERVISTA A PAOLO RUFFINI, PREFETTO DEL DICASTERO PER LA COMUNICAZIONE DELLA SANTA SEDE⁹

³ <https://www.lavoro.gov.it/notizie/Documents/Linee-guida-raccolta-fondi-ETS.pdf>

⁴ <https://forumsad.org/wp-content/uploads/2022/12/Sintesi-Linee-Guida-VIS-SAD.pdf>

⁵ <https://www.iap.it/wp-content/uploads/2017/07/Advertiser-Una-comunicazione-responsabile-condivisa-anche-il-non-profit-aderisce-allo-IAP.pdf>

⁶ https://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_20020228_church-internet_it.html

⁷ https://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_20000530_ethics-communications_it.html

⁸ https://www.unicatt.it/uc/terzo-settore-Libro_con-copertina.pdf

⁹ <https://www.youtube.com/watch?v=tUSFqPPzZIA>