

MANIFESTO PER LE PARTNERSHIP RESPONSABILI

*Valori e linee guida per
collaborazioni
tra enti non profit e aziende*

ORGANIZZAZIONI ED ENTI FIRMATARI

PERCHÉ QUESTO MANIFESTO¹

La collaborazione virtuosa tra Organizzazioni Non Profit (ONP) e soggetti privati è uno strumento essenziale per creare valore: le ONP possono accedere a maggiori risorse per realizzare la propria missione, mentre i soggetti privati, aziende ed enti finanziatori, hanno l'opportunità di avere un positivo impatto sociale sulle comunità, anche le più lontane oltre che sul proprio impegno verso un business più responsabile.

Per trasformare queste sinergie in partnership efficaci e durature, capaci di avere un impatto reale, sostenibile e di lungo periodo sull'ecosistema

economico e sociale e sulla vita delle persone, è fondamentale che tutti i soggetti coinvolti ne condividano principi e valori e agiscano con coerenza, trasparenza e responsabilità.

Questo Manifesto definisce principi chiari e linee guida operative per costruire relazioni basate su affidabilità, integrità e rispetto reciproco. L'obiettivo è creare collaborazioni capaci di generare un cambiamento reale e duraturo nella società, preservando tutti gli attori coinvolti, compresi i donatori, da pratiche opache che possano metterne a rischio la fiducia, ma che, anzi, ne rafforzino la credibilità e trasparenza.

PRINCIPI FONDAMENTALI

Rispetto

Ogni soggetto riconosce e valorizza la natura, l'identità, le professionalità, gli obiettivi e il ruolo dell'altro. Nessuna relazione deve nascere da

subordinazione o strumentalizzazione: ogni collaborazione si fonda sul riconoscimento reciproco della dignità e delle competenze e specificità di ciascuno.

Integrità

Gli obiettivi e i valori di ciascun soggetto sono inviolabili. Nessuna iniziativa deve ledere la missione o i principi fondanti di uno dei partner. Nessun progetto, campagna, programma o iniziativa può essere perseguito/a a scapito della reputazione, dei valori o della sostenibilità di uno dei partner.

Trasparenza e Chiarezza

Le regole condivise per realizzare la collaborazione devono essere esplicite e accessibili a tutti gli attori coinvolti. Le risorse vanno gestite con strumenti che ne garantiscano la

tracciabilità e rendicontate in modo proporzionato al contesto, ma sempre in modo intelligibile ed efficace nel pieno diritto ad una chiara e corretta informazione.

Responsabilità

Le parti coinvolte devono essere consapevoli delle proprie responsabilità nell'ambito della collaborazione e agire coerentemente con l'impegno preso verso tutti i soggetti coinvolti direttamente e indirettamente per garantire che ogni iniziativa persegua impatti positivi, nel breve, medio o lungo periodo, rendicontabili e dove possibile misurabili.

BUONE PRATICHE

Di seguito alcune buone pratiche che rendono operativi i Principi fondamentali sopra enunciati:

Scelta consapevole dei partner

Una partnership deve basarsi su valori condivisi e sul rispetto degli obiettivi e della missione di ciascun soggetto. Vanno evitate collaborazioni che, attivate col solo scopo di ottenere notorietà o rilevanza mediatica, non siano finalizzate alla creazione di valore in modo equo per tutti i soggetti coinvolti e possano compromettere i valori, gli obiettivi e la reputazione di una delle parti.

Definizione chiara degli obiettivi

Ogni collaborazione deve essere orientata a un obiettivo, anche se di lungo periodo, identificabile, realistico, trasparente e condiviso. La durata e le risorse investite devono essere adeguate alle finalità, per garantire un impatto reale e duraturo.

Accordo scritto e trasparente

Ogni partnership deve essere regolata da un accordo che definisca:

- Scopi e obiettivi della collaborazione.
- Ruoli e responsabilità di ogni parte
- Obiettivi, modalità di raccolta fondi e di coinvolgimento dei diversi stakeholder (clienti, dipendenti...)
- Modalità di attuazione, monitoraggio e rendicontazione
- Modalità di comunicazione e trasparenza verso l'esterno
- Aspetti economici e ripartizione delle risorse
- Ogni altra informazione pertinente al corretto svolgimento della collaborazione.

L'accordo deve assicurare che la forma giuridica adottata, oltre a rispettare la normativa vigente, rispecchi la realtà sostanziale della collaborazione, garantendo chiarezza, correttezza e tutela per tutti.

Definizione dei ruoli e copertura dei costi

Ogni soggetto deve avere ruoli e responsabilità ben definite. I costi gestionali e di struttura, che dovranno essere previsti in modo equo e commisurati alla durata e all'entità del progetto stesso e della donazione, costituiscono garanzia di qualità, sostenibilità e possibilità di raggiungere la missione.

Monitoraggio e valutazione dell'impatto

Ogni progetto, iniziativa o campagna deve prevedere metriche di valutazione plausibili e coerenti con i suoi obiettivi per rendicontare in modo trasparente gli effetti dell'iniziativa, sia internamente sia verso l'esterno.

Comunicazione etica e trasparente

Ogni messaggio rivolto al pubblico deve rispettare principi di veridicità, correttezza e trasparenza, evitando strumentalizzazioni o distorsioni. A tal fine, ci si deve attenere alle disposizioni della Direttiva 2005/29/CE, alle norme nazionali collegate e ai principi del Codice di Autodisciplina della

Comunicazione Commerciale (in particolare i Titoli I e VI). Le spese di produzione di materiali e promozione delle iniziative oggetto della partnership non potranno ricadere sull'organizzazione nonprofit a detrimento della raccolta fondi e in modo non coerente con le proprie strategie di comunicazione, e in ogni caso andranno concordate in fase di definizione dell'accordo.

IL NOSTRO IMPEGNO

Noi, firmatari di questo Manifesto, ci impegniamo a rispettarne i principi fondamentali, a garantire le applicazioni delle buone pratiche e di conseguenza a promuovere collaborazioni responsabili e sostenibili. Solo attraverso relazioni fondate su fiducia, etica e coerenza è possibile generare un cambiamento reale e duraturo, a beneficio della società e delle generazioni future.

NOTE

1. Questo Manifesto nasce dall'esperienza condivisa di organizzazioni non profit e aziende che ricercano coerenza, rispetto e trasparenza nelle proprie collaborazioni. È un progetto che vive e si evolve attraverso chi lo sottoscrive e lo mette in pratica. A fine gennaio 2025 sono 66 gli enti e le aziende che hanno scelto di firmare e sottoscrivere il Manifesto. La sottoscrizione del manifesto esprime un impegno etico e morale personale, senza creare vincoli o responsabilità reciproche tra i firmatari. Ogni aderente rimane autonomo, condividendo i principi del Manifesto e applicandoli nel proprio ambito di azione. Per conoscere le realtà che hanno già sottoscritto il Manifesto, scoprire come aderire, e consultare le domande e risposte più frequenti è disponibile un sito al seguente indirizzo <https://partnershippresponsabili.italianonprofit.it/>