

CENTRI DI SERVIZIO. I numeri del rapporto 2008-2009

CSV, LA RETE CRESCE. E FA CRESCERE

In quattro anni la partecipazione diretta e indiretta delle organizzazioni di volontariato alle iniziative promosse è cresciuta dal 38,6% al 51,4%

Ben 33 pagine fitte di tabelle, numeri e analisi. Il rapporto 2008-2009 sulle attività dei Centri di servizio per il volontariato non lascia spazio a dubbi: i Csv rappresentano una rete essenziale per il mondo del volontariato italiano. A sfatare, poi, il mito che li vuole costosi e a tratti inutilizzati, bastano le cifre. In Italia ce ne sono 78, articolati in 414 sportelli. Di questi, 66 hanno come territorio di competenza quello provinciale; in 8 casi regionale e 4 sono quelli interprovinciali o sub provinciali. Offrono prevalentemente servizi di carattere fiscale-amministrativo (27,4% delle attività svolte), giuridico-legale e notarile (21,4%), di consulenza alla progettazione (16%) e nell'ambito della comunicazione (8,3%). Il numero complessivo di organizzazioni che si sono rivolte ai Csv è oscillato negli ultimi tre anni passando da 38.500 a quasi 40mila soggetti. Nel triennio il volontariato (inteso come l'insieme di odv iscritte, non iscritte e una parte dei gruppi informali) rappresenta mediamente almeno i due terzi dei soggetti fruitori. Infine, oltre 72mila utenti (di cui il 70% già volontari) hanno partecipato a corsi di formazione che si sono organizzati.

E la governance? Nel 2009 ai Csv hanno aderito 896 reti, costituite da 10.744 soci di primo livello, da cui emerge come in quattro anni la partecipazione diretta e indiretta ai Csv sia cresciuta dal 38,6% al 51,4% del totale delle organizzazioni di volontariato. Ma veniamo al vil denaro: a chi sostiene vengano mal gestiti i 90 milioni di euro che i gli organismi, voluti dalla legge 266 del 1991 sul volontariato, spendono ogni anno, il report risponde per le

rime: i costi di struttura si fermano al 18% e quelli del personale al 25%. Punto e a capo.

«I Csv», si legge nel rapporto, sono cresciuti e si sono identificati come luoghi dove i soggetti ampiamente più rappresentativi del volontariato di un territorio fanno esperienza di rete, di democrazia, di elaborazione e decisione democratica, partecipata e autonoma delle proprie priorità di sviluppo». Fra le novità: nel complesso aumentano i Csv, ma soprattutto si diversificano e si moltiplicano per tipologia. Dai servizi necessari per effettuare adempimenti di tipo fiscale, amministrativo o contabile, la loro azione si sta rivolgendo sempre di più verso la promozione del volontariato, la raccolta fondi, la ricerca di nuovi volontari, la comunicazione e sostegno per la costituzione e implementazione di coordinamenti.

Il rapporto sottolinea, inoltre, come dietro ai numeri ci siano centinaia di volontari che dedicano tempo e passione per il buon funzionamento dei Centri: un consigliere del direttivo è impegnato mediamente quasi 3 ore al mese mentre 5 sono le ore medie mensili che un consigliere della giunta esecutiva dedica al Csv. Oltre all'impegno dei presidenti, in Italia si sono circa 800 persone, in gran parte provenienti dal volontariato, che gratuitamente, oltre ad esercitare il ruolo di volontari nella propria associazione, dedicano 3-5 ore medie mensili del proprio tempo per il bene del volontariato, ai quali vanno aggiunti i 1.177 lavoratori assunti. Un patrimonio su cui il rapporto spende parole importanti: «Si tratta di un'importante "esperienza" di partecipazione e di esercizio di corresponsabilità». (G.L.)

ZOOM

■ **PRIMO: COMUNICARE.** Una delle principali attività di promozione al volontariato dei Csv è rivolta alle scuole. Frontiera sulla quale i Centri si sono affacciati da qualche anno e su cui si intende investire sempre di più nel futuro. Nel biennio 2008-2009 sono stati 163mila gli studenti coinvolti, 4.700 insegnanti, 1.824 scuole (di cui 264 elementari, 395 medie e 1.165 superiori), grazie ai 66 sportelli "Scuola e Volontariato" e alle 2.829 organizzazioni di volontariato che hanno partecipato. Ma per promuovere il volontariato c'è bisogno di comunicare: di più e meglio. A guardare i dati relativi ai servizi di attività promozionale, infatti, viene fuori che l'impegno maggiore è rivolto a mostre, convegni e conferenze, mentre per quanto riguarda la comunicazione tout-court la fanno da padrone attività di base come la stesura di comunicati stampa e l'elaborazione grafica e stampa materiali.





AL LAVORO. Due volontarie negli uffici di un Centro servizi. In Italia i Csv sono 78