



BILANCIO SOCIALE 2006
DEL COMITATO ITALIANO PER L'UNICEF ONLUS

Per ogni bambino
Salute, Scuola, Uguaglianza, Protezione



Bilancio Sociale 2006

SOMMARIO

LETTERA DEL PRESIDENTE	4
NOTA INTRODUTTIVA E METODOLOGICA	6
IL COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER	7
PARTE PRIMA: IDENTITÀ DEL COMITATO ITALIANO PER L'UNICEF ONLUS	8
1.1 CONTESTO DI RIFERIMENTO	9
1.2 IL COMITATO ITALIANO PER L'UNICEF	10
1.3 MISSIONE DEL COMITATO ITALIANO PER L'UNICEF	11
1.4 DISEGNO STRATEGICO E AZIONI PROGRAMMATICHE	12
1.5 ASSETTO ISTITUZIONALE	13
1.5.1 Verso un nuovo modello di governance	13
1.5.2 Gli organi del Comitato Italiano per l'UNICEF	14
1.6 ASSETTO ORGANIZZATIVO	15
1.7 COMITATI REGIONALI, PROVINCIALI E VOLONTARI	16
1.7.1 La "donazione" dei volontari	17
PARTE SECONDA: RELAZIONE SOCIALE	18
2.1 STAKEHOLDER DEL COMITATO ITALIANO PER L'UNICEF E INIZIATIVE DI COINVOLGIMENTO	19
2.1.1 Campagna globale "Uniti per i bambini. Uniti contro l'AIDS"	20
2.2 L'UNICEF INTERNAZIONALE	22
2.2.1 Chi è l'UNICEF internazionale	22
2.2.2 Cosa sono i Comitati nazionali	23
2.2.3 Le risorse dell'UNICEF internazionale	23
2.2.4 Dove opera l'UNICEF internazionale	25
2.3 LE PERSONE CHE OPERANO PER IL COMITATO ITALIANO PER L'UNICEF	27
2.3.1 Avvio della riorganizzazione	27
2.3.2 Composizione e consistenza del personale	27
2.3.3 I dipendenti	28
2.3.4 I collaboratori	30
2.3.5 I volontari	30
2.3.6 I Goodwill Ambassador	31
2.3.7 Questionario di valutazione al personale e ai Comitati locali	33
2.4 ADVOCACY: L'ATTIVITÀ CON ISTITUZIONI ED ENTI	36
2.4.1 Progetti con le Istituzioni	37
2.4.2 Progetti che hanno caratterizzato l'attività nel 2006	38
2.4.3 Iniziative e progetti con Polizia di Stato e Vigili del Fuoco	40
2.4.4 Iniziative e progetti con gli Enti locali	41
2.4.5 Iniziative e progetti con gli Ospedali Amici dei bambini	42
2.4.6 Collaborazione del Comitato Italiano con le Associazioni	43
2.5 IL MONDO DELLA SCUOLA E DELL'UNIVERSITÀ	44
2.5.1 L'attività con le scuole	44
2.5.2 L'educazione ai diritti	45

2.5.3 I Corsi multidisciplinari nelle Università	46
2.6 I DONATORI PRIVATI	48
2.6.1 Andamento della raccolta fondi privati nel 2006	48
2.6.2 Forme di contribuzione: donazioni, prodotti e altre iniziative	48
2.6.3 Il 5 per mille per l'UNICEF	52
2.6.4 Comunicazione verso i donatori privati	52
2.7 IMPRESE: DONATORI E PARTNER	54
2.7.1 Analisi delle collaborazioni tra il Comitato Italiano per l'UNICEF e le aziende	55
2.7.2 Principali iniziative del 2006	56
2.7.3 Iniziative e progetti con le fondazioni e altre associazioni	59
2.7.4 I fornitori	59
2.8 LA COLLETTIVITÀ	60
2.8.1 Media	60
2.8.2 Presenza dell'UNICEF sui media	61
2.8.3 Mondo del cinema	63
2.8.4 Il sito internet del Comitato Italiano per l'UNICEF	64
2.8.5 Attività culturali ed editoriali	65
2.8.6 Mondo dello sport	67
PARTE TERZA: RENDICONTO ECONOMICO	69
3.1 EFFICIENZA GESTIONALE	71
3.2 ANALISI DELLE RISORSE RACCOLTE	71
3.2.1 I contributi finalizzati	72
3.3 UTILIZZO DELLE RISORSE RACCOLTE	73
3.4 RISPETTO DELLA VOLONTÀ DEI DONATORI	74
3.4.1 Progetto Emilia Romagna per i bambini di strada della Repubblica Democratica del Congo	75
3.4.2 Progetto per aiutare i bambini vittime della guerra in Sudan	75
3.4.3 Progetto per la ricostruzione delle scuole in Angola	76
PERCHÉ SCEGLIERE L'UNICEF	77
Obiettivi di miglioramento	77
Reputazione e fiducia per il Comitato Italiano per l'UNICEF	77
L'UNICEF risponde	78

LETTERA DEL PRESIDENTE

Nella società in cui viviamo siamo quotidianamente raggiunti da molte informazioni, sollecitazioni, immagini. Abbiamo la possibilità e gli strumenti della conoscenza, la chiave per la consapevolezza e la cultura. Di fronte a un privilegio così vasto e a opportunità senza confini, quello che fa la differenza è il patrimonio di umanità che mettiamo nelle nostre scelte e la sensibilità di comprendere a fondo i diversi contesti in cui viviamo.

Nella mia veste di Presidente del Comitato Italiano per l'UNICEF sento la responsabilità profonda di comunicare in ogni circostanza la specificità del nostro lavoro. Non è importante solo far conoscere la missione di un'organizzazione che a livello internazionale ha celebrato proprio nel 2006 i suoi sessant'anni di attività, ma sottolineare la coerenza tra il mandato istituzionale e le azioni che responsabilmente vengono realizzate, sia nell'attività che l'UNICEF svolge nei paesi in via di sviluppo sia nell'azione di sensibilizzazione e di promozione dei diritti dell'infanzia e dell'adolescenza in Italia.

Il supporto che fornisce il Bilancio Sociale per far conoscere le attività di un'organizzazione è straordinario. Giunti al quinto appuntamento con questo documento mi sembra quindi importante fare qualche considerazione sulla sua validità. Abbiamo iniziato questo percorso nel segno della responsabilità sociale quando ancora nel mondo *non profit* c'erano poche esperienze significative in questo senso. Siamo gradualmente passati da un orientamento volto più al Bilancio di missione, che privilegia un rendiconto centrato sul perseguimento dei fini istituzionali dell'UNICEF, a un Bilancio Sociale sempre più mirato al dialogo con tutti gli interlocutori con cui ci relazioniamo.

Un passaggio doveroso per un'organizzazione che si propone di mettere la persona al centro di ogni attività, *in primis* i bambini e gli adolescenti. Sono proprio loro i nostri principali interlocutori, beneficiari ma anche protagonisti delle nostre attività in uno spirito realmente partecipativo.

L'importanza di un Bilancio centrato sul dialogo con i portatori di interesse è fondamentale alla sopravvivenza stessa di un'organizzazione. L'opinione pubblica, i partner, i donatori, i media, le risorse umane rappresentano infatti i presupposti essenziali per la crescita e il miglioramento reciproco.

Nel 2006 il Comitato Italiano ha registrato un momento di criticità nella raccolta fondi che va visto in un quadro più ampio di flessione generale delle donazioni di tutte le organizzazioni *non profit*. Significativa ma anche fisiologica rispetto al fatto che il 2005 aveva generato una straordinaria risposta dei donatori a seguito dello tsunami nel Sudest asiatico, con una crescita della raccolta fondi senza precedenti. D'altra parte è stata una grande soddisfazione conoscere i dati che l'Agenzia delle Entrate ha reso noti sulle scelte degli italiani nel 2006 per il 5 per mille. Il Comitato Italiano per l'UNICEF è risultato al primo posto tra le Onlus con 201.278 scelte, una risposta che ci permetterà di sostenere con maggiore forza 14 progetti in Africa, Asia e America latina.

Tuttavia, le considerazioni di carattere economico – positive o negative – non devono prescindere da una visione generale dell'attività del Comitato Italiano per l'UNICEF. Con questo Bilancio Sociale presentiamo il lavoro di un anno realizzato assieme ai nostri partner. Penso sia importante sottolineare quante nuove iniziative siano state promosse oltre al consolidamento di quelle in corso. Vogliamo sempre di più dialogare con i nostri interlocutori e lavorare in rete perché sappiamo che queste sono le sfide su cui investire per il futuro della nostra attività in difesa dei diritti dell'infanzia. Il mio auspicio è che questo nuovo Bilancio Sociale contribuisca a proseguire il dialogo avviato con tutti i nostri sostenitori e collaboratori, nel segno della trasparenza e di un profilo etico che mai dovrà segnare il passo.

Ringrazio i tanti italiani che hanno accordato la loro piena fiducia all'UNICEF e che continueranno a esserci a fianco nella nostra avventura quotidiana.

Antonio Scavi
Presidente
Comitato Italiano per l'UNICEF

NOTA INTRODUTTIVA E METODOLOGICA

Giunto alla quinta edizione, il Bilancio Sociale continua a rappresentare per il Comitato Italiano per l'UNICEF un utile strumento di rendicontazione delle attività realizzate nel corso dell'esercizio, considerate anche sotto il profilo etico-sociale e analizzate secondo i principi di *accountability*¹ che si stanno affermando a livello nazionale e internazionale. Il Comitato si fa così promotore e divulgatore dei benefici di uno strumento di trasparenza e dialogo utile per tutte le organizzazioni e a maggior ragione per quelle che raccolgono fondi per una causa sociale.

A garanzia della qualità della formazione del Bilancio Sociale e delle informazioni in esso contenute il Comitato ha seguito i principi di rendicontazione individuati dal management applicando le linee guida del **GBS** (Gruppo di Studio per il Bilancio Sociale) in riferimento al carattere contenutistico e strutturale e seguendo gran parte del processo indicato dalle linee guida **AA1000**.

Il perimetro di rendicontazione del Bilancio Sociale comprende l'attività del Comitato Italiano per l'UNICEF e considera principalmente l'esercizio 2006 con numerosi riferimenti anche a informazioni di esercizi precedenti, laddove utili alla comprensione dei fenomeni descritti.

Il documento si articola in tre capitoli principali:

1. l'“**Identità del Comitato Italiano per l'UNICEF**”, che presenta le informazioni e i dati relativi all'organizzazione nel suo insieme, soffermandosi in particolare sull'assetto istituzionale e organizzativo, sui meccanismi di *governance* e sulle linee strategiche di breve e di lungo periodo;
2. la “**Relazione Sociale**”, che analizza i rapporti di scambio tra il Comitato Italiano per l'UNICEF e i propri *stakeholder* di riferimento ed espone sinteticamente i risultati ottenuti in relazione agli impegni e ai programmi, cercando di esprimere gli effetti dell'attività realizzata verso ogni categoria di interlocutori;
3. il “**Rendiconto Economico**”, che costituisce il tramite tra le informazioni del Bilancio Sociale e i dati economico-finanziari del Bilancio di Esercizio. Attraverso l'esposizione dell'andamento gestionale si evince il significativo aspetto della destinazione dei fondi raccolti dal Comitato.

Il Bilancio Sociale: espressione di un processo di miglioramento

Il percorso che ha portato alla realizzazione del Bilancio Sociale del Comitato Italiano per l'UNICEF si fonda su una scelta di trasparenza e confronto con i numerosi portatori di interesse (*stakeholder*), a conferma di un orientamento strategico del Comitato alla responsabilità sociale di impresa. Il Bilancio Sociale permette alla struttura di misurare quanto la missione e le linee strategiche si traducano in una prassi coerente e la sua realizzazione prevede le seguenti fasi:

- **Programmazione** – in fase di pianificazione del lavoro è stato costituito un apposito gruppo di progetto interfunzionale per la redazione del Bilancio Sociale. Durante questa prima fase sono state identificate le categorie di portatori di interesse e le aree di rendicontazione.
- **Rendicontazione** – sviluppata l'analisi critica delle edizioni precedenti, il gruppo ha provveduto a sviluppare le schede di raccolta dati e informazioni e ha coinvolto di volta in volta le risorse interne più adeguate a fornire le informazioni e i dati necessari alla redazione.
- **Redazione** – la predisposizione dei contenuti è il risultato dell'analisi e della misurazione delle performance dell'esercizio con un'attenzione particolare all'effetto delle attività nei confronti delle categorie di *stakeholder* individuate.
- **Coinvolgimento** – il processo di rendicontazione sociale richiede un progressivo coinvolgimento dei portatori di interesse al fine di individuare il modo per rispondere meglio alle loro aspettative legittime e rilevare il consenso rispetto all'attività del Comitato. Nel 2006 il coinvolgimento ha riguardato soprattutto la struttura interna e in particolare alcuni organi di governo e le direzioni (si veda in dettaglio par. “Gli *stakeholder* del Comitato Italiano per l'UNICEF e le iniziative di coinvolgimento”).

¹ L'*accountability* è il dovere, la responsabilità di spiegare, giustificare a chi ne ha diritto (rendicontare) cosa si sta facendo per rispettare gli impegni presi con i portatori di interesse sia sul piano economico-reddituale (per esempio verso gli investitori attuali o potenziali) sia su altri punti di vista.

IL COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER

L'impegno del Comitato Italiano per l'UNICEF per lo sviluppo di iniziative di ascolto, dialogo e coinvolgimento degli *stakeholder* è stato significativo per tutto il 2006. In particolare, il Comitato ha coinvolto in modo diretto alcune categorie di interlocutori attraverso le seguenti iniziative:

- interviste interne per comprendere le aspettative degli *stakeholder* (cfr par. 2.3.1)
- interviste al personale per il miglioramento organizzativo (cfr. par. 2.3.1)
- questionario sul Bilancio Sociale 2005 rivolto al personale (cfr par. 2.3.7)
- *benchmarking* delle attività e questionario sul Bilancio Sociale 2005 per i Comitati provinciali (cfr par. 2.3.7)

In realtà queste sono soltanto le occasioni in cui il dialogo ha avuto una registrazione sistematica mentre i momenti reali di ascolto e coinvolgimento sono molto più numerosi e significativi. Basti pensare agli incontri dei Comitati locali con le diverse rappresentanze sul territorio, l'attenzione alle domande dei donatori e la risposta informativa, le collaborazioni nei progetti con le aziende e le istituzioni, le testimonianze nelle scuole e nelle università. Sono solo alcuni esempi della continua attività di dialogo svolta dal Comitato con i propri *stakeholder* e necessaria per il perseguimento della propria missione.

PARTE PRIMA: IDENTITÀ DEL COMITATO ITALIANO PER L'UNICEF ONLUS

1.1 CONTESTO DI RIFERIMENTO

Il rispetto dei diritti di ogni bambina e bambino, solennemente sancito dalla Convenzione sui diritti dell'infanzia (1989), è la base irrinunciabile di ogni intervento dell'UNICEF volto a migliorare le condizioni di vita e di sviluppo dell'infanzia e dell'adolescenza nel mondo.

Nel 2006 l'UNICEF (Fondo delle Nazioni Unite per l'Infanzia) ha celebrato il suo sessantesimo anniversario e ha rinnovato il suo impegno a migliorare la vita dei bambini proteggendoli dai pericoli, curandoli dalle malattie e assicurando servizi di base e tutte le opportunità per realizzare appieno il loro potenziale.

Fondato nel 1946 dall'Assemblea generale dell'ONU, l'UNICEF opera attraverso programmi e progetti di sviluppo concordati e realizzati, in ogni paese, assieme ai governi e alle organizzazioni e associazioni locali, nel totale rispetto delle diversità culturali e con particolare attenzione a coloro che sono emarginati per ragioni legate al genere, alla condizione sociale, all'appartenenza etnica o religiosa.

L'UNICEF è anche l'unica organizzazione esplicitamente citata nel testo della Convenzione (art. 45), dove al Fondo delle Nazioni Unite per l'Infanzia viene attribuito un ruolo di protagonista nel monitoraggio dell'applicazione dei diritti dei bambini e degli adolescenti da parte degli Stati parti.

“L'UNICEF è incaricato dall'Assemblea generale delle Nazioni Unite di sostenere la tutela dei diritti dell'infanzia, di aiutare a soddisfare i bisogni fondamentali dei bambini e ampliare la loro opportunità per sviluppare il loro pieno potenziale. L'UNICEF si ispira alla Convenzione sui diritti dell'infanzia e si impegna ad affermare i diritti dell'infanzia quali principi etici duraturi e standard internazionali di comportamento verso i bambini”. (Art. 45 Convenzione sui diritti dell'Infanzia)

DATA	DESCRIZIONE
11 dicembre 1946	Le Nazioni Unite creano l'UNICEF per soccorrere i bambini europei dopo la Seconda guerra mondiale
1947-1950	L'UNICEF stanziava 87,6 milioni di dollari per l'assistenza a 13 paesi europei, tra cui l'Italia
1950	Il mandato dell'UNICEF si estende ai bambini dei paesi in via di sviluppo
1953	L'UNICEF diventa Fondo permanente
1959	L'Assemblea generale delle Nazioni Unite adotta la Dichiarazione sui diritti del fanciullo, affermando soprattutto il diritto del bambino alla salute, a una alimentazione adeguata e all'istruzione
1965	L'UNICEF riceve il Premio Nobel per la Pace per la sua attività di “promozione della fratellanza fra le Nazioni”
1989	L'Assemblea generale delle Nazioni Unite adotta la Convenzione sui diritti dell'infanzia, che diventa il trattato sui diritti umani più ratificato della storia (192 paesi aderenti)
1990	Il Vertice mondiale per l'infanzia di New York fissa i principali obiettivi da raggiungere nel campo di salute, nutrizione e istruzione dei bambini
2000	La Dichiarazione del Millennio e gli OSM, adottata dall'Assemblea generale delle Nazioni Unite, stabiliscono le tappe necessarie per assicurare un reale sviluppo in tutti i paesi del mondo; tra queste, garantire salute e istruzione a tutti i bambini è una priorità assoluta
2001	Il Movimento mondiale per l'infanzia mobilita i cittadini di tutto il mondo in favore dei diritti dei bambini. La campagna “Yes for children” raccoglie più di 94 milioni di firme
2002	Si tiene a New York la Sessione speciale delle Nazioni Unite sull'infanzia, che rilancia l'impegno internazionale in favore dei diritti dei bambini e stabilisce le tappe necessarie per costruire “Un mondo a misura di bambino”
2005	Ann M. Veneman diventa il quinto Direttore generale dell'UNICEF, dopo Carol Bellamy
2006	60° anniversario di attività dell'UNICEF a favore dell'infanzia: viene rilanciato

l'impegno nella campagna per gli Obiettivi di sviluppo del Millennio
--

Come membro della famiglia delle Nazioni Unite, l'UNICEF è coinvolto nel processo di riforma che sta ridefinendo i modi in cui le agenzie delle Nazioni Unite interagiscono per migliorare l'efficacia e l'efficienza dell'organizzazione. Nel corso di questo decennio, l'UNICEF e altre agenzie delle Nazioni Unite hanno intrapreso nuove forme di alleanza globale in vista del raggiungimento degli Obiettivi di sviluppo del Millennio fissati in occasione del Vertice del Millennio di New York del 2000, la più ampia riunione di leader della storia. L'UNICEF ha tradotto gli otto ambiziosi obiettivi da conseguire entro il 2015 (artt. 19 e 20 della Dichiarazione del Millennio) in cinque priorità operative per il suo lavoro, anche sulla base di quanto emerso in occasione della Sessione speciale dell'Assemblea generale delle Nazioni Unite dedicata all'infanzia, nel maggio 2002, che ha definito le aree prioritarie di intervento per costruire "Un mondo a misura di bambino".

Alla fine del 2005 il Consiglio esecutivo dell'UNICEF internazionale ha approvato le nuove priorità per il periodo 2006-2009:

- **Sopravvivenza e sviluppo della prima infanzia**
- **Istruzione di base e uguaglianza di genere**
- **HIV/AIDS e infanzia**
- **Protezione dell'infanzia**
- **Priorità ai bambini nelle politiche, nelle leggi e nei bilanci.**

Esse rappresentano una linea di continuità con le priorità precedenti – del 2002-2005 – e tengono conto dei cambiamenti in atto a livello internazionale e dell'esperienza globale dell'UNICEF. Di seguito viene proposto uno schema che mette in evidenza le relazioni tra Obiettivi di sviluppo del Millennio e le priorità per l'infanzia individuate.

GLI OBIETTIVI DI SVILUPPO DEL MILLENNIO	LE CINQUE PRIORITÀ PER IL PERIODO 2006-2009
OSM 1: Eliminare la povertà estrema e la fame	Sopravvivenza e sviluppo della prima infanzia; priorità ai bambini nelle politiche, nelle leggi e nei bilanci
OSM 2: Raggiungere l'istruzione primaria universale	Istruzione di base e uguaglianza di genere
OSM 3: Promuovere la parità di genere e l' <i>empowerment</i> delle donne	Istruzione di base e uguaglianza di genere
OSM 4: Ridurre la mortalità infantile	Sopravvivenza e sviluppo della prima infanzia; HIV/AIDS e infanzia
OSM 5: Migliorare la salute materna	Sopravvivenza e sviluppo della prima infanzia
OSM 6: Combattere l'HIV/AIDS, la malaria e altre malattie	HIV/AIDS e infanzia; sopravvivenza e sviluppo della prima infanzia
OSM 7: Garantire la sostenibilità ambientale	Sopravvivenza e sviluppo della prima infanzia
OSM 8: Promuovere una partnership globale per lo sviluppo	Priorità ai bambini nelle politiche, leggi e bilanci
Dichiarazione del Millennio	Protezione dell'infanzia: prevenire e rispondere alla violenza, lo sfruttamento e l'abuso

1.2 IL COMITATO ITALIANO PER L'UNICEF

Il Comitato Italiano per l'UNICEF Onlus (organizzazione non lucrativa di utilità sociale) lavora a favore del Fondo delle Nazioni Unite per l'Infanzia dal 1974, con una doppia finalità: quella di raccogliere fondi per sostenere i programmi che l'UNICEF realizza nei paesi in via di sviluppo a

difesa dei bambini e delle donne e quella di sensibilizzare l'opinione pubblica sulla promozione dei diritti dell'infanzia.

Il Comitato Italiano è oggi la più grande organizzazione che opera in Italia per la tutela dei diritti dell'infanzia. Dalla data della sua fondazione a oggi, ha trasferito all'UNICEF oltre **500 milioni di euro** (ovviamente da rivalutare in base ai valori correnti); i fondi hanno sostenuto i progetti dell'organizzazione nei paesi in via di sviluppo.

LE TAPPE ISTITUZIONALI DEL COMITATO ITALIANO	
DATA	DESCRIZIONE
6 novembre 1947	Firma dell'accordo tra l'UNICEF e il Governo italiano per la distribuzione degli aiuti in Italia al termine della Seconda guerra mondiale
19 giugno 1974	Nasce il Comitato Italiano per l'UNICEF, con l'obiettivo di promuovere i diritti dell'infanzia e raccogliere fondi per la realizzazione di progetti in tutto il mondo. Nel suo primo anno di vita, il Comitato raccoglie e invia l'equivalente di 118.000 euro
1979	Anno internazionale del bambino: il Comitato Italiano inizia la sua attività di educazione allo sviluppo (oggi educazione ai diritti) nelle scuole italiane
1984	Prima riunione, tenutasi a Roma, del Consiglio di amministrazione dell'UNICEF in Europa; i 600 delegati dell'UNICEF vengono ricevuti dal Presidente della Repubblica Sandro Pertini e da Papa Giovanni Paolo II
1990	Il Comitato Italiano per l'UNICEF lancia una nuova iniziativa culturale: il Programma Sindaci difensori ideali dell'infanzia che vedrà nel corso degli anni centinaia di Primi cittadini e di amministrazioni locali avvicinarsi ai progetti dell'organismo con un nuovo impegno verso la cittadinanza e i bambini
1991	Il Governo italiano ratifica la Convenzione sui diritti dell'infanzia con legge n. 176 del 27 maggio 1991; il Comitato Italiano è al primo posto nella raccolta fondi dei Comitati nazionali in occasione delle emergenze Guerra del Golfo e Conflitto nella ex Jugoslavia
1998	Il Comitato Italiano entra a far parte dell'Osservatorio Nazionale per l'Infanzia e l'Adolescenza e viene riconosciuto come Onlus
2001	Il Comitato Italiano per l'UNICEF, in occasione del X anniversario della ratifica della Convenzione, istituisce il "Premio UNICEF 2000 – Dalla parte dei bambini", rivolto a chi si è particolarmente distinto nella difesa dei diritti dei bambini
2004	Il Comitato celebra 30 anni di attività; il 17 aprile l'Assemblea approva il nuovo Statuto del Comitato Italiano, che si allinea con le linee guida sancite dall'Accordo di Cooperazione con l'UNICEF
2005	Avviato il processo di elaborazione della Carta dei Valori del volontario allo scopo di agevolare la condivisione della missione e dei valori dell'UNICEF
2006	Il Comitato Italiano invita a destinare all'UNICEF il 5 per mille della propria imposta sul reddito (IRPEF) in base alla legge Finanziaria 2006 (Legge 27 dicembre 2006 n. 296). Le adesioni sono state 201.278 e il Comitato Italiano si è collocato al primo posto nelle preferenze alle Onlus.

1.3 MISSIONE DEL COMITATO ITALIANO PER L'UNICEF

In uno scenario mondiale segnato da povertà, malattie, esclusione sociale e guerre, il Comitato Italiano per l'UNICEF è impegnato in alcune azioni fondamentali:

- **promozione** del benessere dell'infanzia e dell'adolescenza sostenendo gli obiettivi, le politiche e i programmi dell'UNICEF internazionale;
- **informazione, sensibilizzazione e mobilitazione** della società civile, dell'opinione pubblica e del Governo sulle tematiche dell'infanzia e dell'adolescenza;
- **sollecitazione** di offerte, donazioni e lasciti per conto dell'UNICEF internazionale;
- **sostegno** ai principi e ai valori contenuti nella Convenzione sui diritti dell'infanzia del 1989, ratificata da 191 paesi.

1.4 DISEGNO STRATEGICO E AZIONI PROGRAMMATICHE

Attraverso il **Processo di pianificazione strategica congiunta (JSP – Joint Strategic Planning Process)** l'UNICEF e i Comitati nazionali individuano concordemente gli obiettivi prioritari da adottare nelle attività di comunicazione, promozione e raccolta fondi.

Nel corso del 2006 è stato portato a termine l'aggiornamento del piano congiunto e sono stati fissati gli obiettivi strategici, sia in termini quantitativi che qualitativi, per il triennio 2007-2009. Tali obiettivi riguardano le due aree principali di attività:

1. raccolta fondi;
2. *advocacy*.

In termini di raccolta fondi il Comitato Italiano si è posto l'obiettivo di incrementare le entrate complessive e il trasferimento netto ai programmi dell'UNICEF, nonché di migliorare il livello di fedeltà dei donatori (life Time Value) nell'arco del triennio 2007-2009.

Riguardo alle attività di *advocacy* il Comitato Italiano si pone l'obiettivo di consolidare il proprio posizionamento come la più importante organizzazione in Italia per i diritti dell'infanzia attraverso un impegno sempre maggiore verso la trasparenza. Ulteriore e fondamentale obiettivo è quello di promuovere e sollecitare politiche che abbiano come punto di riferimento il superiore interesse del bambino.

All'inizio di ogni anno il Consiglio Direttivo e la Dirigenza analizzano le singole strategie e valutano i risultati raggiunti nell'anno precedente rispetto agli obiettivi prefissati.

I principali obiettivi sono indicati nella colonna di sinistra della tabella che segue e divisi secondo i due filoni principali di attività. Nella colonna di destra vengono invece riportate in sintesi le principali azioni previste nel prossimo triennio per il raggiungimento degli obiettivi strategici.

OBIETTIVI	AZIONI PER IL TRIENNIO 2007-2009 <i>(contenuti tratti dal Joint Strategic Planning)</i>
Raccolta fondi 1- Un incremento delle entrate complessive, e del trasferimento netto ai programmi dell'UNICEF 2. Migliorare il livello di fedeltà dei donatori (Life Time Value).	1 – Raccolta fondi <ul style="list-style-type: none"> ▪ acquisire donatori, in particolare promuovendo il Programma Pledge ▪ investire con i Comitati locali nel programma lasciati ▪ continuare gli investimenti nel 5 per mille, al fine di mantenere una posizione forte 2 – Vendite <ul style="list-style-type: none"> ▪ ampliare le vendite destinate ai privati estendendo la copertura distributiva presso le grandi catene ▪ potenziare le vendite attraverso nuovi progetti con i Comitati locali ▪ consolidare la leadership nelle vendite alle aziende 3 – Aziende e altri servizi <ul style="list-style-type: none"> ▪ promuovere partnership di lungo periodo, soprattutto con le società che adottano un comportamento conforme alla CSR (Corporate Social Responsibility) ▪ strutturare, coordinare e incrementare le attività di raccolta fondi con le istituzioni locali, nazionali ed europee per i contributi finalizzati a favore delle attività di <i>advocacy</i> in Italia 4 – Emergenze <ul style="list-style-type: none"> ▪ creare partnership mirate con i media a sostegno esclusivo della raccolta fondi per catastrofi naturali ▪ sperimentare nuovi approcci per raccogliere fondi a sostegno delle “emergenze dimenticate/silenziose” con un pubblico selezionato e i media 5 – La campagna <i>Uniti per i bambini. Uniti contro l'AIDS</i> <ul style="list-style-type: none"> ▪ consolidare la strategia generale della campagna ▪ aumentare la visibilità e la consapevolezza anche attraverso iniziative in tutte le città italiane ▪ produrre un evento televisivo di sensibilizzazione e di raccolta fondi come il Telethon e raccogliere fondi attraverso una mobilitazione popolare, mailing, aziende e sms 6 – “Adotta un progetto” <ul style="list-style-type: none"> ▪ coordinare l'offerta e le sue comunicazioni tra le sezioni e verso i diversi <i>stakeholder</i> ▪ coinvolgere i <i>Goodwill Ambassador</i> su specifiche tematiche.
Advocacy	7 – Trasparenza e conoscenza della missione dell'UNICEF

<p>1- Consolidare il posizionamento del Comitato come la più grande organizzazione in Italia per i diritti dell'infanzia</p> <p>2 – Sollecitare e promuovere politiche per l'infanzia per l'elaborazione di un Piano nazionale conforme alla Convenzione sui dritti dell'infanzia</p> <p>3 – Migliorare la percezione dell'UNICEF come organizzazione trasparente, efficace ed efficiente</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ monitorare e misurare la consapevolezza degli <i>stakeholder</i> della missione dell'UNICEF e dell'impiego trasparente ed efficace dei fondi ▪ presentare ogni anno il Bilancio Sociale e studiare e promuovere nuovi modi per utilizzarlo e testarlo <p>8 – Advocacy a livello locale</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ sviluppare una strategia integrata per l'<i>advocacy</i> a livello locale per promuovere la Convenzione sui diritti dell'infanzia in Italia attraverso i programmi Città amiche dei bambini, Ospedali amici dei bambini, Scuole amiche dei bambini e Sport amico dei bambini ▪ studiare nuove forme di cooperazione con le università <p>9 – Advocacy politica/pressioni sulle istituzioni</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ aumentare l'<i>advocacy</i> politica, anche con i partner, nei confronti del Parlamento e del Governo per garantire il miglior "Piano nazionale di azione per l'infanzia e l'adolescenza" possibile e la sua attuazione ▪ sviluppare progetti congiunti con le pubbliche amministrazioni e alleanze con le altre associazioni e Ong ▪ promuovere l'istituzione di un garante nazionale e regionale dell'infanzia e il servizio civile con l'UNICEF sia in Italia (<i>advocacy</i>) che sul campo <p>10 – Advocacy globale</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ esercitare pressioni per incrementare i contributi governativi all'UNICEF ▪ promuovere e partecipare alle iniziative di <i>advocacy</i> e di <i>lobbying</i> internazionali ▪ contribuire al posizionamento dell'UNICEF relativamente alla riforma delle Nazioni Unite ▪ utilizzare il sito Internet per rafforzare il lavoro di <i>advocacy</i> e sperimentare tecniche di partecipazione on-line dei bambini e degli adolescenti <p>11 – Comunicazione</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ sviluppare una strategia di comunicazione sempre più integrata ▪ rafforzare l'estesa rete di relazioni con i media, in particolare con quelli locali, e garantire una copertura di qualità dell'UNICEF da parte dei media ▪ attuare la strategia sui Goodwill Ambassador e sulle celebrità ▪ aumentare la navigazione sul web attraverso link, banner e Ad Words <p>12 – Attività operative dell'UNICEF Italia a livello locale – Volontari</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ formazione continua dei volontari in tutti i comitati provinciali ▪ rafforzare l'Ufficio di coordinamento dei volontari ▪ monitorare, documentare e testare le attività locali/nazionali e garantire la condivisione delle migliori pratiche <p>13 – Modello di governance e nuovo modello organizzativo</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Rivedere e definire correttamente il modello di <i>governance</i> del Comitato Italiano per l'UNICEF (si veda paragrafo che segue) ▪ Riorganizzare gli uffici della sede nazionale verso una maggiore efficacia ed efficienza dei processi di lavoro
---	---

1.5 ASSETTO ISTITUZIONALE

“Il Comitato Italiano per l'UNICEF Onlus è parte integrante della struttura internazionale dell'UNICEF, organo sussidiario dell'ONU con il mandato di tutelare e promuovere i diritti delle bambine e dei bambini (0-18 anni) in tutto il mondo, nonché di contribuire al miglioramento delle loro condizioni di vita. Il Comitato opera in nome e per conto dell'UNICEF, secondo l'Accordo di cooperazione tra Comitato Italiano e UNICEF e la pianificazione congiunta delle attività.” (*Preambolo dello Statuto*).

Il Comitato Italiano è un'Organizzazione non governativa (Ong) riconosciuta dal Ministero degli Affari esteri con sede a Roma e dal 1998 è iscritto all'anagrafe delle Onlus – Organizzazioni non lucrative di utilità sociale.

1.5.1 Verso un nuovo modello di governance

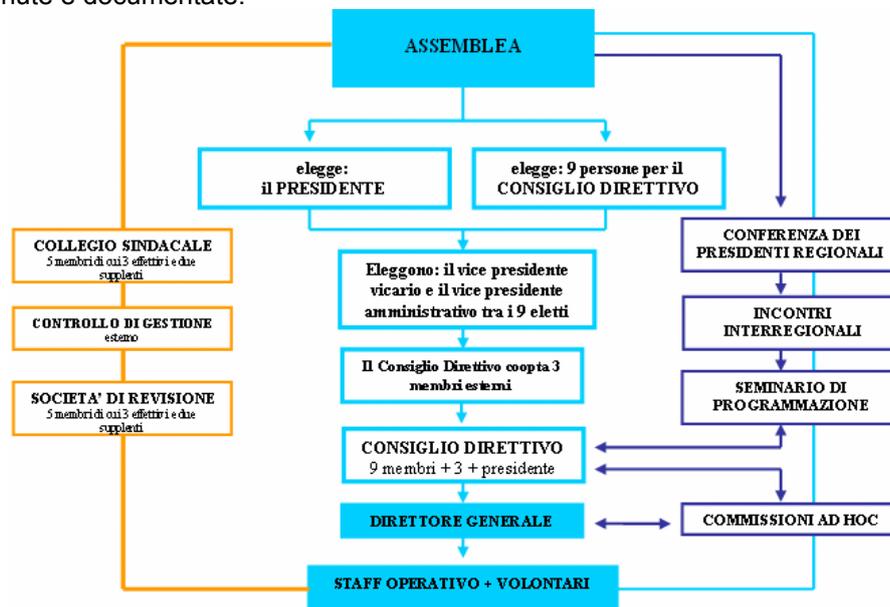
Nel rispetto del Processo di pianificazione strategica congiunta e secondo i principi di una gestione responsabile, il Comitato Italiano ha avviato nel 2006 una delicata revisione dei propri meccanismi di governo e di controllo alla quale non poteva mancare il supporto di un'attività di confronto e coinvolgimento di tutti i portatori di interesse.

Proprio per questo sono state realizzate delle interviste interne a 23 rappresentanti del "mondo UNICEF"²: Presidente e membri della Commissione governance, Direttore generale e alcuni Presidenti Regionali, rappresentanti di altri Comitati europei e del team di Ginevra. Il risultato di questa attività ha confermato che il Comitato è consapevole del momento storico e dell'esigenza di un cambiamento, ma soprattutto concorda sulla possibilità di "fare un salto in avanti insieme".

È stata inoltre predisposta una Commissione di lavoro ad hoc che si è riunita periodicamente per elaborare un progetto da realizzare nel 2007 e presentare all'Assemblea del Comitato Italiano per l'UNICEF.

1.5.2 Gli organi del Comitato Italiano per l'UNICEF

Gli organi di indirizzo e governo dell'Organizzazione, ovvero l'Assemblea e il Consiglio direttivo, sono espressione del vasto movimento dei volontari. Tutte le cariche sono gratuite, a eccezione del Collegio dei Revisori contabili qualora non siano anche Membri del Comitato, salvo rimborso delle spese sostenute e documentate.



L'Assemblea:

- è l'organo di indirizzo;
- è composta dal Presidente, dai Membri fondatori e dai Membri ordinari
- è convocata in via ordinaria dal Presidente almeno una volta l'anno

Il Consiglio direttivo:

- è l'organo con i poteri di amministrazione ordinaria e straordinaria
- è composto dal Presidente, da nove Membri eletti dall'Assemblea, da tre Membri esterni cooptati e dal Direttore generale, quando nominato
- si riunisce almeno quattro volte l'anno

Il Presidente:

- ha la rappresentanza legale del Comitato Italiano
- convoca e presiede l'Assemblea e il Consiglio direttivo, verifica l'osservanza dello Statuto e dei Regolamenti
- la durata del suo mandato è di tre anni e può essere eletto per un massimo di due mandati consecutivi

Il Vice Presidente vicario

² Le interviste e i risultati sono stati realizzati dalla società di consulenza Booz Allen Hamilton.

In caso di assenza o impedimento temporanei del Presidente, il Vice Presidente vicario lo sostituisce in tutte le sue funzioni. Nel caso di vacanza a qualsiasi titolo della presidenza, il Vice Presidente vicario indice l'Assemblea per l'elezione del Presidente che durerà in carica fino alla scadenza del mandato degli organi.

Il Vice Presidente amministrativo ha funzioni di indirizzo amministrativo.

Le Commissioni "ad hoc":

1. Commissione *governance*
2. Commissione *advocacy*
3. Commissione raccolta fondi

Il Collegio dei Probiviri:

- è l'organo cui è deputata la risoluzione di ogni controversia all'interno del Comitato Italiano
- è composto da tre Membri effettivi e due supplenti, eletti dall'Assemblea

Il Collegio dei Revisori contabili:

- vigila sul buon andamento contabile del Comitato
- è costituito da tre Membri effettivi e due supplenti, eletti dall'Assemblea

La Società di Revisione Contabile

Ai fini di quanto previsto dalla normativa vigente, il Comitato Italiano per l'UNICEF tiene scritture contabili complete e analitiche rappresentative dei fatti di gestione e redige, entro quattro mesi dalla chiusura dell'esercizio, un apposito documento rappresentativo della situazione patrimoniale, economica e finanziaria. Tale documento viene certificato da una società di revisione, come richiesto anche dall'Accordo di cooperazione con l'UNICEF.

1.6 ASSETTO ORGANIZZATIVO

"Per il perseguimento dei propri obiettivi, il Comitato Italiano opera mediante l'apporto indispensabile di tutti quei soggetti che, con il loro spirito di volontariato, condividono e sostengono le finalità e le strategie dell'UNICEF, avvalendosi di una struttura operativa stabile (staff). I volontari e la struttura operativa si identificano e si fondono in un'unica realtà-forza allo scopo di assumere un ruolo di guida e di servizio nella costruzione di un mondo in cui i diritti di ogni bambina e ogni bambino siano realizzati". La rete di volontari è presente in modo capillare su tutto il territorio, organizzata in Comitati Regionali e Provinciali. Ai Comitati si affiancano numerosi Punti di Incontro, coordinati dai Comitati, dove è possibile acquistare i prodotti, assistere a incontri e dibattiti, ricevere informazioni e documentazione sull'attività dell'organizzazione. Al 31 dicembre 2006 i Punti di Incontro attivi sono 50.

Presso la sede nazionale è presente l'Ufficio dei Comitati Regionali e Provinciali che costituisce il punto di incontro tra il Comitato nazionale e i singoli Comitati locali e tra gli stessi Comitati. L'Ufficio è incaricato di seguire i Comitati locali favorendone la costituzione e monitorandone le attività. I principali momenti di incontro tra il Comitato Italiano e i rappresentanti dei Comitati locali sono:

- le Assemblee annuali, tenute rispettivamente il 3-4 marzo per l'approvazione del Bilancio di previsione e il 24 giugno per l'approvazione del Bilancio consuntivo;
- la Conferenza dei Presidenti Regionali (2 dicembre 2006);
- il Seminario di Programmazione (13 e 14 gennaio 2006).

L'attività del Comitato Italiano per l'UNICEF è organizzata in 5 Direzioni:

- la **Direzione Generale**, che fa capo al Direttore generale e ha il compito di coordinare le attività operative e promozionali sulla base delle indicazioni del Consiglio direttivo e i programmi di *advocacy* presso le istituzioni e gli enti locali, il mondo dello sport e dell'associazionismo. Alla Direzione generale fanno capo anche l'Ufficio di Presidenza, l'Ufficio del personale, l'Ufficio acquisti e l'Ufficio Information Technology, nonché il nuovo Ufficio per il Coordinamento dei Volontari, costituito nella primavera del 2006 (si veda anche par. 1.7);

- la **Direzione Relazioni Esterne e Ufficio Stampa**, che si occupa di tutti i rapporti con i mezzi di informazione (carta stampata, radio e TV, portali e riviste on line) e promuove presso i media i programmi dell'UNICEF nel mondo e le attività per la promozione dei diritti dei bambini e degli adolescenti in Italia; coordina anche i rapporti con gli uffici UNICEF sul campo e il lavoro dei *Goodwill Ambassador*;
- la **Direzione Attività Culturali e di Comunicazione**, che coordina le attività di comunicazione dell'UNICEF, anche relative alla raccolta fondi, e progetta e promuove le attività editoriali e sul web, nonché i programmi culturali rivolti alle scuole e alle università e la formazione dei volontari;
- la **Direzione Raccolta Fondi e Promozione Prodotti**, che sovrintende alle iniziative di raccolta fondi, gestisce il rapporto con i donatori e le collaborazioni con le aziende e si occupa della promozione dei prodotti dell'UNICEF;
- la **Direzione Amministrativa** è incaricata della contabilità dell'organizzazione e della redazione dei prospetti finanziari preventivi e consuntivi.

Il **Direttore generale** è nominato dal Consiglio direttivo ed è Membro del Consiglio stesso. Organizza, supervisiona, controlla e valuta la struttura in funzione del perseguimento degli obiettivi strategici, sulla base delle linee politiche deliberate dal Consiglio direttivo, predispone i piani operativi e i relativi budget annuali. Individua e attua le politiche del personale nell'ambito della propria competenza e cura le relazioni con l'UNICEF internazionale.

Nel 2006 è stato avviato un percorso di riorganizzazione al fine di migliorare la gestione delle risorse umane e di sviluppare le competenze in modo da valorizzare le capacità di ciascun collaboratore e di migliorare l'efficienza dell'organizzazione (Cfr. paragrafo 2.2.1).

1.7 COMITATI REGIONALI, PROVINCIALI E VOLONTARI

Il Comitato Italiano è presente sul territorio nazionale attraverso 20 Comitati Regionali e 101 Comitati Provinciali coordinati dai rispettivi Presidenti Regionali e Provinciali e composti da volontari. I Comitati locali sono strutture decentrate del Comitato Italiano per l'UNICEF e sono disciplinati dallo Statuto e dai Regolamenti. Godono di un'ampia autonomia operativa che consente loro di agire in modo efficace sul territorio al fine di far vivere localmente le iniziative nazionali e internazionali di sensibilizzazione e di raccolta di fondi coordinate con la sede centrale a beneficio dei programmi che l'UNICEF realizza in tutto il mondo, creando contatti diretti con i cittadini, gli enti locali, le associazioni, le imprese, le istituzioni pubbliche.

I Presidenti Regionali partecipano alla Conferenza dei Presidenti Regionali e al Seminario di Programmazione e, unitamente ai Presidenti Provinciali, fanno parte dell'Assemblea del Comitato Italiano per l'UNICEF.

In diverse città italiane i Comitati Provinciali hanno dato vita ai Punti di Incontro, coordinati dai volontari, dove è possibile acquistare i biglietti augurali e i regali UNICEF, partecipare a incontri e dibattiti, ricevere informazioni e documentazione sull'attività dell'organizzazione. Al 31 dicembre 2006 i Punti di Incontro attivi sono 50.

L'intensa attività di sostegno alle iniziative di promozione dei diritti dell'infanzia e di sensibilizzazione dell'opinione pubblica è di fondamentale supporto alle attività di raccolta fondi svolta dai Comitati locali. Nel 2006 il Comitato nazionale ha dato continuità al progetto di rilevazione di dati dei Comitati locali iniziato nel 2005. L'iniziativa ha registrato la partecipazione di oltre 90 Comitati, e ha permesso di raccogliere una serie di informazioni e approfondimenti qualitativi e quantitativi utili a costruire una mappatura delle attività delle singole realtà sul territorio e quindi a coordinare al meglio l'azione comune, nonché a consentirne un'analisi più approfondita.

La metodologia attuata dal Comitato Italiano è in perfetta sintonia con il programma di "monitoraggio" predisposto a livello internazionale dall'UNICEF di Ginevra.

	2003	2004	2005	2006
Numero di Comitati Regionali	20	20	20	20
Numero di Comitati Provinciali	100	99	101	101
Numero di Punti di Incontro	45	45	50	50

Nel 2006 è stato istituito l'**Ufficio per il coordinamento dei volontari** per rispondere meglio e con maggiore efficacia al collegamento tra la sede nazionale e la rete di volontari che opera sul territorio al fine di veicolare, attraverso adeguati strumenti di comunicazione, le strategie e le metodologie operative destinate a rafforzare la visibilità dell'UNICEF sia nei programmi di *advocacy* che nella attività di raccolta fondi per i progetti sul campo.

Questo ufficio va inteso come strumento flessibile e capace di rappresentare un punto di riferimento unico per i Comitati locali e i volontari nella conduzione dei programmi e delle attività stabilite nell'ambito del Piano Strategico Congiunto e del Bilancio annualmente approvato.

1.7.1 La “donazione” dei volontari

Nel 2006 i proventi raccolti dai Comitati Provinciali e Regionali sono stati 13.847.802 euro, corrispondenti al 19% della raccolta fondi complessiva del Comitato Italiano per l'UNICEF.

Se si considera l'impegno e l'attività gratuita svolta dai volontari, nonché il tempo messo a disposizione dai Presidenti e dai Segretari dei Comitati locali, è possibile ipotizzare una stima del valore economico della donazione, in termini di lavoro, che i volontari hanno fatto anche nel 2006 al Comitato Italiano.

La stima della “donazione” nel 2006 risulta di 6,3 milioni di euro ed è ottenuta moltiplicando la stima del totale del numero delle giornate lavorative dei volontari – considerate 25 le mezze-giornate mediamente donate pro capite – per un coefficiente economico medio di euro 200/giorno.

Il senso di appartenenza all'organizzazione, la consapevolezza che il loro lavoro contribuisce a migliorare la vita e il benessere di tanti bambini nel mondo, la possibilità di partecipare alla vita della propria comunità insieme alle altre componenti sociali, oltre a essere delle spinte motivazionali molto forti sono anche il valore aggiunto dell'attività di volontariato.

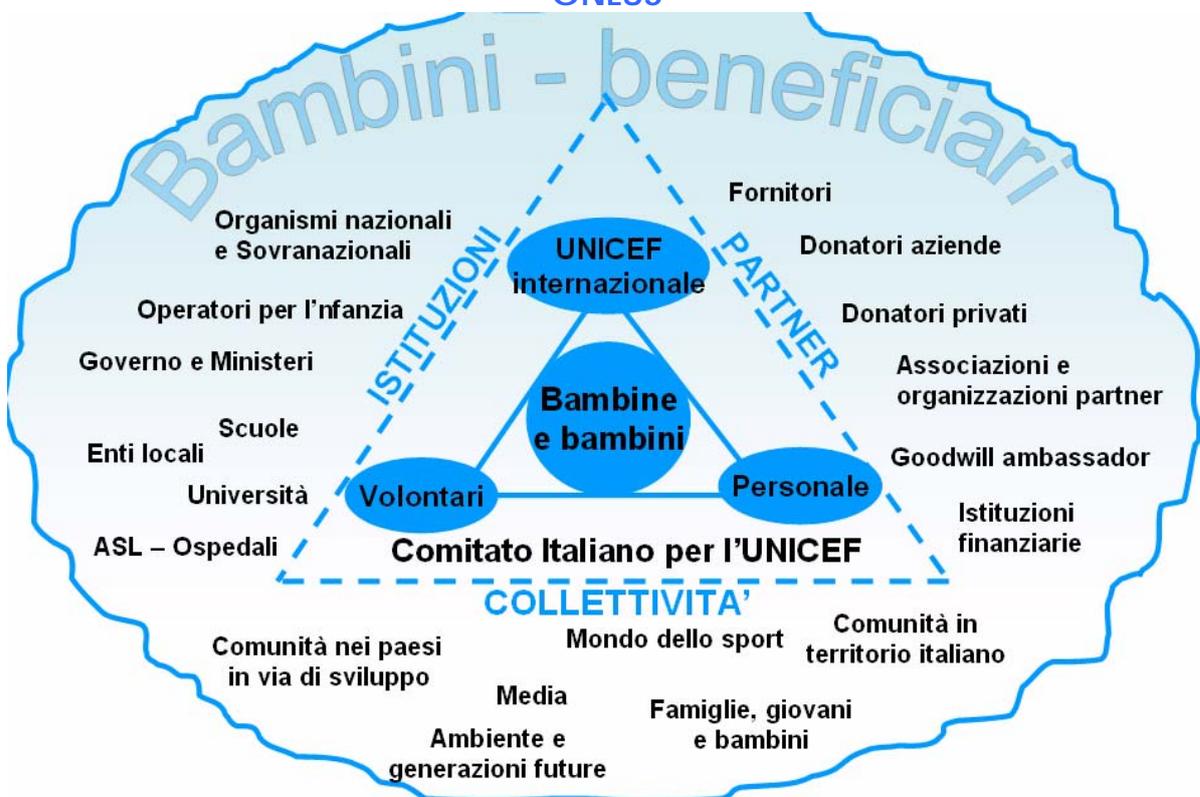
	2003	2004	2005	2006
Numero volontari iscritti all'Albo	2.014	2.301	2.436	2.528
Stima giornate lavorative	25.175	28.762	30.450	31.600
Stima valore economico corrispondente [in euro]	5,0 milioni	5,7 milioni	6,1 milioni	6,3 milioni

PARTE SECONDA: RELAZIONE SOCIALE

2.1 STAKEHOLDER DEL COMITATO ITALIANO PER L'UNICEF E INIZIATIVE DI COINVOLGIMENTO

Un'organizzazione con le caratteristiche del Comitato Italiano per l'UNICEF è quotidianamente portata a confrontarsi e interagire con una molteplicità di portatori di interesse (*stakeholder*).

I PRINCIPALI INTERLOCUTORI DEL COMITATO ITALIANO PER L'UNICEF ONLUS



La Campagna di seguito descritta è un importante esempio del modo in cui il Comitato Italiano per l'UNICEF opera, agisce e si relaziona con i propri *stakeholder*.

2.1.1 Campagna globale “Uniti per i bambini. Uniti contro l'AIDS”

Uno dei progetti che nel 2006 ha coinvolto molti *stakeholder* (persone e istituzioni) con un piano comune di attività di *advocacy* e raccolta fondi, è la Campagna globale *Uniti per i bambini. Uniti contro l'AIDS*, un progetto internazionale lanciato dall'UNICEF e da UNAIDS nell'ottobre del 2005 con l'obiettivo di porre il “volto invisibile” dei bambini al centro dell'agenda internazionale per l'HIV/AIDS.

Il Comitato Italiano per l'UNICEF ha assunto tra i propri impegni la promozione a livello nazionale della Campagna e, in linea con quanto previsto da essa, ha elaborato una piattaforma di *advocacy* per sensibilizzare la società civile sui diritti dell'infanzia e ha organizzato iniziative che hanno consentito di raccogliere fondi per un totale di 411.000 euro, di cui 380.000 attraverso gli sms solidali.

In particolare l'azione di *lobbying* sul Governo ha individuato quattro impegni:

IMPEGNO	OBIETTIVO
Adempimento degli obblighi internazionali in materia di HIV/AIDS, anche tramite l'istituzione di un meccanismo di monitoraggio sui fondi destinati	Il Governo italiano deve assicurare le risorse promesse al "Fondo Globale per la lotta all'AIDS, alla Tubercolosi e alla Malaria", prevedendo inoltre un loro progressivo incremento annuo. Il Governo deve impegnarsi a una rendicontazione pubblica e annuale dei fondi destinati all'HIV/AIDS, che sia il più possibile in armonia con le istanze della società civile, delle Organizzazioni intergovernative (OI) e delle Organizzazioni non governative (Ong).
Assegnazione di almeno il 20% delle risorse destinate alla prevenzione e cura dell'HIV/AIDS a trattamenti pediatrici	Il Governo italiano deve impegnarsi a destinare tale quota nell'ambito di tutte le risorse destinate all'HIV/AIDS, siano esse parte dei fondi destinati al Fondo globale, alla Cooperazione internazionale allo sviluppo o a qualsiasi altro fondo o progetto bilaterale o multilaterale inerente l'HIV/AIDS.
Sensibilizzazione permanente degli adolescenti e loro partecipazione alle campagne	Le istituzioni italiane, le Organizzazioni Intergovernative (OI) e le Organizzazioni non governative (Ong) devono impegnarsi a svolgere campagne di sensibilizzazione sulla prevenzione del contagio da HIV/AIDS in Italia rivolte in special modo agli adolescenti, la cui partecipazione è fondamentale.
Accesso ai farmaci e impegno per la ricerca	Il Governo italiano, le istituzioni accademiche italiane e le compagnie farmaceutiche con sede in Italia devono dare maggiore impulso alla ricerca farmaceutica volta alla scoperta di un vaccino e alla produzione di strumenti diagnostici e di medicinali pediatrici più efficaci ed economici per i bambini sieropositivi.

Nello spirito di collaborazione della Campagna, il Comitato Italiano per l'UNICEF si è rivolto a:

- altre organizzazioni che operano nel campo della promozione dei diritti dell'infanzia, della salute e della partecipazione. All'appello hanno aderito Amnesty International (Italia), Anlaids, Archè, Cesvi, Cittadinanzattiva, Comunità di Sant'Egidio, Croce Rossa Italiana, LILA, Medici Senza Frontiere-Italia, Save the Children-Italia, Terre des Hommes-Italia;
- Governo italiano, affinché rispetti gli impegni presi in relazione all'HIV/AIDS, con particolare attenzione a quelli relativi all'infanzia;
- media, quali portavoce delle iniziative di sensibilizzazione e principale strumento a supporto delle attività di raccolta fondi dedicate;
- mondo dello sport, del calcio in particolare;
- e soprattutto ai donatori, veri protagonisti del successo della Campagna.

Nella tabella che segue sono indicate alcune delle principali iniziative della Campagna, con l'indicazione dei soggetti coinvolti e la descrizione delle attività svolte.

Stakeholder	Iniziativa della Campagna	Descrizione
<i>Goodwill Ambassador</i> , media, società	Il Teatro per l'UNICEF (20-26 novembre e 11 dicembre – in concomitanza con	Azione di sensibilizzazione attraverso la proiezione in 60 teatri italiani del video per la Campagna globale <i>Uniti per i bambini. Uniti</i>

civile, donatori	l'anniversario della Convenzione sui diritti dell'infanzia	contro l'AIDS, distribuzione di materiale informativo; l'iniziativa è stata promossa e realizzata dalla <i>Goodwill Ambassador</i> Maria Rosaria Omaggio
Sport, media, società civile, donatori	Amichevoli di calcio: Italia Under 21 - Rep. Ceca (14 novembre) Italia - Turchia (15 novembre)	Azione di sensibilizzazione attraverso l'entrata in campo con la maglietta della campagna da parte dei bambini del Settore Giovanile e Scolastico della FIGC e dei giocatori delle due Nazionali
Sport, media, donatori, società civile	L'UNICEF negli stadi di calcio (18-19 novembre)	Azione di sensibilizzazione/sostegno alla campagna dal mondo del calcio: esposizione negli stadi dello striscione <i>Uniti per i bambini. Uniti contro l'AIDS</i> e promozione sms solidale 48589 da parte di giocatori e giornalisti sportivi
Istituzioni pubbliche, società civile, UNICEF internazionale, personale UNICEF	Mattina istituzionale in occasione della celebrazione ufficiale in Italia della Giornata nazionale per i diritti dell'infanzia e dell'adolescenza (20 novembre)	Intervento del Presidente del Comitato Italiano per l'UNICEF Antonio Sclavi nell'ambito della celebrazione "L'Italia a misura di bambini e adolescenti" promossa dalla Commissione parlamentare per l'infanzia, d'intesa con il Governo italiano presso la sede del Senato della Repubblica
Donatori aziende e privati, <i>Goodwill Ambassador</i> , media	sms solidale	Azione di sostegno alla campagna attraverso la promozione dell'invio di un sms al numero 48589 (donazione di 1 euro per sms) e la chiamata da numero fisso a 48589 (donazione di 2 euro)
Ministero della Salute, Stato Italiano	Giornata mondiale contro l'AIDS (1° dicembre) - manifestazione "Stop AIDS. Mantenere la promessa"	Presentazione della campagna al Ministro Livia Turco e al Presidente della Repubblica Giorgio Napolitano
Media, società civile, bambini e ragazzi, donatori	Rai Tre per l'UNICEF (20 novembre)	Azione di sensibilizzazione attraverso la giornata "RAI 3 con l'UNICEF per i diritti dei bambini": spazio dedicato alla Campagna, proiezione del cartone animato <i>Sulle ali dei gabbiani</i> e del video del viaggio di Alessio Boni in Malawi e Mozambico

FELIX, IL CONIGLIETTO GIRAMONDO

Nel 2006, grazie alla volontà di **MondoTV**, il cartone animato *Felix, il coniglietto giramondo* ha contribuito a sostenere la Campagna *Uniti per i bambini. Uniti contro l'AIDS*.

Per ogni prodotto home video venduto è stato infatti devoluto 1 euro all'UNICEF e il 5% dei ricavi netti derivanti dagli incassi cinematografici e dalle vendite televisive del film in Italia. Mondo TV ha predisposto la campagna di lancio a supporto dell'iniziativa. L'edizione italiana annovera Maria Grazia Cucinotta, Alessio Boni e Amii Stewart (questi ultimi due anche *Goodwill Ambassador* del Comitato Italiano) tra coloro che hanno prestato la loro voce per sostenere il successo del cartone animato, distribuito da Moviemax nei cinema e successivamente lanciato da Mondo Home Entertainment nel circuito home video.

2.2 L'UNICEF INTERNAZIONALE

Il Comitato Italiano per l'UNICEF opera in nome e per conto dell'UNICEF internazionale secondo l'**Accordo di Cooperazione** e il **Processo di pianificazione strategica congiunta** delle attività.

In Italia, e in 36 altri paesi industrializzati, compito dell'UNICEF è **informare e sensibilizzare l'opinione pubblica** e i media sui problemi che, nel mondo in via di sviluppo, limitano o negano i diritti dei bambini e il loro accesso alla salute e al benessere e **organizzare iniziative di raccolta fondi** a sostegno dei programmi dell'UNICEF.

2.2.1 Chi è l'UNICEF internazionale

L'UNICEF (Fondo delle Nazioni Unite per l'Infanzia) è la **principale organizzazione mondiale** per la tutela dei diritti e delle condizioni di vita dell'infanzia e dell'adolescenza. A livello globale, gode di un'autorità che gli permette di avere influenza sui governanti e di contare su una grande varietà di partner a tutti i livelli.

La **missione** dell'UNICEF è:

- promuovere la tutela dei diritti delle bambine e dei bambini, aiutare a soddisfare i loro bisogni di base e ampliare le loro opportunità di raggiungere il proprio pieno potenziale;
- mobilitare la volontà politica e le risorse per aiutare gli Stati ad assicurare che sia data priorità ai bambini e rafforzare la loro capacità di farlo;
- rispondere alle emergenze per alleviare la sofferenza dei bambini coinvolti e di coloro che si prendono cura di essi;
- promuovere pari diritti per le donne e per le ragazze e sostenere la loro piena partecipazione nello sviluppo delle loro comunità;
- lavorare per gli obiettivi dello sviluppo umano, per la pace e il progresso sociale riconosciuti dalla Carta delle Nazioni Unite.

Le principali **attività** dell'UNICEF sono:

- promuovere la Convenzione sui diritti dell'infanzia;
- sensibilizzare per ottenere misure che permettano ai bambini di avere le migliori condizioni di partenza nella vita;
- promuovere l'istruzione delle bambine;
- vaccinare tutti i bambini dalle più comuni malattie infantili e sostenere programmi nutrizionali;
- prevenire la diffusione dell'HIV/AIDS;
- garantire i soccorsi durante le emergenze;
- assicurare pari opportunità, in particolare a donne e bambine;
- garantire l'istruzione di base universale;
- proteggere contro ogni forma di abuso e sfruttamento;
- ridurre la mortalità infantile e garantire la sopravvivenza dei bambini.

La **struttura**: l'UNICEF è parte integrante dell'Organizzazione delle Nazioni Unite, di cui è un organo sussidiario con uno Statuto semi-autonomo e composto da:

- Consiglio esecutivo – organo direttivo, composto da 36 membri, stabilisce le politiche, verifica i programmi e approva i bilanci;
- Direttore generale – amministra l'UNICEF, nomina e dirige il personale, ha competenze in materia finanziaria ed è nominato dal Segretario generale dell'ONU d'intesa con il Consiglio esecutivo;
- Struttura operativa.

Sono più di 7.000 le persone che lavorano per l'UNICEF in tutto il mondo e 300 i *Goodwill Ambassador* (Cfr. par. 2.2.6) che contribuiscono a diffondere i programmi che il Fondo attua nel mondo.

L'UNICEF è presente in 193 paesi e territori di tutto il mondo e lavora attraverso:

- 156 Uffici sul campo dei paesi destinatari dei programmi

- 37 Comitati nazionali dei paesi donatori
- 6 sedi internazionali (New York, Sede centrale – Ginevra, Ufficio regionale per l'Europa – Copenaghen, Supply Division – Firenze, International Research Centre – Tokio – Bruxelles)
- 8 Uffici Regionali: Americhe e Caraibi (Panama), Europa centrale e orientale e Comunità di Stati Indipendenti (Ginevra), Asia orientale e Pacifico (Bangkok), Africa orientale e meridionale (Nairobi), Medio Oriente e Nord Africa (Amman), Asia meridionale (Kathmandu), Africa occidentale e centrale (Dakar).

2.2.2 Cosa sono i Comitati nazionali

L'UNICEF è l'unica organizzazione delle Nazioni Unite ad avvalersi di 37 Comitati nazionali che hanno sede nei paesi donatori, dove svolgono attività di sensibilizzazione e di raccolta fondi. Per poter costituire un Comitato nazionale è necessario il consenso del governo interessato e del Direttore generale dell'UNICEF. Quasi tutti i Comitati nazionali hanno carattere privato e sono riconosciuti come Organizzazioni non governative (Ong); operano in base all'Accordo di Cooperazione con l'UNICEF che definisce le modalità di collaborazione.

I COMITATI NAZIONALI			
Andorra	Germania	Nuova Zelanda	Svezia
Australia	Grecia	Norvegia	Svizzera
Austria	Hong Kong	Polonia	Turchia
Belgio	Irlanda	Portogallo	Ungheria
Bulgaria	Israele	Regno Unito	
Canada	Italia	Repubblica Ceca	
Corea del Sud	Giappone	San Marino	
Danimarca	Lettonia	Slovacchia	
Estonia	Lituania	Slovenia	
Finlandia	Lussemburgo	Spagna	
Francia	Olanda	Stati Uniti	

Il Comitato Italiano rappresenta per l'UNICEF Internazionale un importante interlocutore in quanto si è distinto, nel tempo, non solo per la capacità di raccogliere fondi per sostenere i diversi progetti sul campo, ma anche per l'abilità di individuare e realizzare iniziative che si sono rivelate strategiche per l'attività di sensibilizzazione e l'affermazione dell'UNICEF quale principale organizzazione preposta al rispetto e alla tutela dei diritti dell'infanzia (ad esempio la Pigotta).

2.2.3 Le risorse dell'UNICEF internazionale

L'UNICEF non è finanziato dal sistema delle Nazioni Unite. Le sue risorse provengono interamente da contributi volontari, pubblici e privati; la maggior parte di esse (il 64% nel 2006) deriva dai fondi che i governi dei paesi membri dell'ONU e le organizzazioni intergovernative stabiliscono di versare ogni anno al Fondo. Il resto delle risorse proviene dal settore privato attraverso i Comitati nazionali (il 29% nel 2006) e da altri contributi (il 7%), tra cui gli interessi maturati. Complessivamente nel 2006 le entrate totali dell'UNICEF sono aumentate dell'1% rispetto all'anno precedente.

CONTRIBUTI ALL'UNICEF PER FONTE DI FINANZIAMENTO (milioni di dollari USA)								
	2003		2004		2005		2006	
	DOLLARI	%	DOLLARI	%	DOLLARI	%	DOLLARI	%
Governi paesi membri dell'ONU/ Organizzazioni intergovernative	1.136	67%	1.339	68%	1.464	53%	1.780	64%
Settore privato/non governativo (Comitati)	515	31%	578	29%	1.243	45%	806	29%

nazionali UNICEF)								
Altri contributi, tra cui interessi maturati	37	2%	61	3%	55	2%	195	7%
Totale entrate	1.688	100	1.978	100	2.762	100	2.781	100

Le tabelle che seguono indicano i principali governi e Comitati nazionali donatori dell'UNICEF. Il 2006 ha fatto registrare una generale flessione delle entrate provenienti dai Comitati nazionali. Il dato va comunque letto in relazione alla inaspettata e significativa crescita registrata nel 2005, ascrivibile alla straordinaria risposta per l'assistenza umanitaria alle vittime dello tsunami. Se si analizza, infatti, l'andamento delle entrate nell'ultimo quadriennio, risulta evidente come il 2005 sia stato un anno "eccezionale", registrando un incremento superiore al trend di crescita annuale delle entrate dell'UNICEF e, di conseguenza, il risultato raggiunto nel 2006 può essere considerato in linea con le previsioni.

I PRIMI 10 COMITATI NAZIONALI DONATORI DELL'UNICEF (milioni di dollari USA)	2003	2004	2005	2006
Giappone	118,301	103,208	112,762	133,940
Germania	84,517	89,613	166,823	132,750
Olanda	45,169	66,679	84,663	71,660
Stati Uniti	34,896	48,940	216,992	68,478
Francia	38,049	41,365	119,385	62,656
Italia	49,500	55,929	59,642	54,207
Regno Unito	20,714	27,480	68,045	44,439
Spagna	25,506	27,226	45,539	41,371
Svezia		10,432**		18,045
Svizzera	15,150*	15,901**		16,256
Hong Kong	*	**	34,113	
Canada	*	**	32,881	
TOTALE PRIMI 10	443,708	486,773	940,845	643,802

* Nel 2003 al IX posto si trovava la Svizzera (15,150) e al X la Grecia (11,906)

** Nel 2004 al IX posto si trovava la Svizzera (15,901) e al X la Svezia (10,432)

I PRIMI 10 GOVERNI DONATORI DELL'UNICEF (milioni di dollari USA)	2003	2004	2005	2006
Stati Uniti	288,127	262,782	233,887	260,741
Regno Unito	130,084	187,957	159,229	185,698
Norvegia	112,788	135,130	205,482	178,621
Giappone	100,993	155,605	184,138	155,400
Svezia	102,974	111,597	126,239	144,045
Olanda	74,038	113,405	117,184	135,026
Canada	85,282	86,705	103,825	116,763
Danimarca	35,800	38,147	43,501	53,626
Spagna	*	**	***	50,872
Australia	27,571	32,199	36,810	49,415
TOTALE PRIMI 10	991,326	1.152,934	1.244,730	1.330,207

* Nel 2003 al IX posto si trovava l'Italia (33,669) e al X l'Australia (27,571)

** Nel 2004 al IX posto si trovava l'Australia (32,199) e al X l'Italia (29,407)

*** Nel 2005 al IX posto si trovava l'Australia (36,810) e al X l'Italia (34,435)

Nel 2006 la percentuale dei contributi governativi è complessivamente aumentata rispetto al 2005. Nel caso dell'Italia, tuttavia, si è registrata una flessione che ha fatto "scivolare" il paese dalla decima posizione del 2005 alla quindicesima del 2006.

IL GOVERNO ITALIANO DONATORE DELL'UNICEF	2003	2004	2005	2006
Posizione nell'elenco dei governi donatori	IX	X	X	XV
Italia (milioni di dollari USA)	33,669	29,407	34,435	17,962

2.2.4 Dove opera l'UNICEF internazionale

L'UNICEF lavora per realizzare programmi di sviluppo a lungo termine, il cui obiettivo è garantire il miglioramento della qualità della vita delle persone e in particolare dei bambini. Questi programmi vengono concordati con i governi dei paesi beneficiari, nel pieno rispetto delle culture di appartenenza e per la loro realizzazione viene impiegato personale locale. Nelle situazioni di crisi come conflitti armati, calamità naturali o eventi drammatici che mettono a rischio la vita dei bambini, l'UNICEF interviene tempestivamente, con programmi di emergenza, per offrire i primi soccorsi con forniture di beni di prima necessità e con piani che mirano a ripristinare rapidamente una condizione di normalità.

Destinazione dei fondi UNICEF (%) divisa per aree prioritarie	2006
Sopravvivenza e sviluppo della prima infanzia	51
Istruzione di base e uguaglianza di genere	21,3
Priorità ai bambini nelle politiche, le leggi, i bilanci	11
Protezione dell'infanzia	10,2
HIV/AIDS e infanzia	5,5
Altro	1,1

Nel 2006 l'UNICEF internazionale ha assicurato le vaccinazioni per il 40% dei bambini nei paesi in via di sviluppo, medicinali antiretrovirali in 49 paesi e continua a essere uno dei più grandi acquirenti al mondo di alimenti terapeutici per bambini. UNICEF ha inoltre provveduto alla fornitura di zanzariere e di beni di prima necessità per 60 paesi, al fine di migliorarne la situazione di emergenza e ha permesso l'istruzione di base con il ritorno a scuola di oltre 10 milioni di bambini.

L'ESERCITO DEI 58MILA DIPENDENTI ONU - I CONTI IN TASCA ALLA STRUTTURA

È una delle leggende metropolitane più diffuse al mondo: le Nazioni Unite spendono tutto in stipendi e i dipendenti sono pagati come nababbi. Ma nessuno, finora, era andato a verificarlo dati alla mano. L'ha fatto Il Sole24 Ore, arrivando a stime basate sulle retribuzioni pagate in ognuno dei circa 180 paesi in cui operano le organizzazioni del sistema Onu. Il risultato dice che l'incidenza dei salari è contenuta: meno del 15% delle risorse a disposizione.

[...] La retribuzione è composta da un salario minimo e gli stipendi netti crescono quando il dipendente ha persone a carico. In alcuni casi sono previsti benefit, come aiuti per l'affitto della casa o la scuola dei figli. Tra professional e dirigenti le retribuzioni lorde annue vanno da un minimo di 43.831 dollari a un massimo di quasi 190mila.

Ma quanto costa tutto questo al sistema Onu? [...] Nel complesso, dei 24.481 milioni di dollari a disposizione nel 2005 del sistema Onu, meno del 15% è finito in stipendi. Un dato che può apparire basso, ma che nasconde grandi differenze tra un ente e l'altro. Non sempre un'elevata spesa in stipendi va giudicata negativamente, ma occorre valutare i dati in base al tipo di attività specifiche di ogni agenzia.

[...] l'ente con minore rapporto tra spese per stipendi e budget è la Unjpsf, che amministra il fondo pensione cui contribuiscono tutte le organizzazioni per finanziare i trattamenti dei dipendenti Onu a riposo. Spende poco anche il Programma alimentare mondiale (Wfp), un'agenzia operativa specializzata in operazioni logistiche che interviene nella consegna di derrate alimentari. Ultimo esempio è l'**UNICEF, che opera nelle zone di conflitto per proteggere i bambini, garantirne i diritti e combattere il lavoro minorile. In parte, la bassa quota di spesa per retribuire il personale di questo ente si può spiegare con la presenza di molti dipendenti inquadrati come general service sul campo, che costano assai meno dei professional.**

Bisogna però ricordare che le stime presentate, in alcuni casi, specie per le agenzie più grandi, sono inevitabilmente sottostimate. Soprattutto perché i dati forniti dal sistema Onu comprendono solo il personale con contratti di almeno 12 mesi. Ciò significa due cose: primo, mancano tutti i collaboratori che lavorano per meno di un anno per un'organizzazione, che sono molti soprattutto laddove si utilizzano risorse donate volontariamente dai singoli Stati o da privati per progetti di breve durata; secondo, non sono compresi i costi per i consulenti, che nella galassia Onu potrebbero costituire una bella fetta del totale. La leggenda metropolitana dell'Onu spendacciona, dunque, inizia a vacillare. Ma per sapere se crollerà bisogna aspettare il 2010, quando l'adozione degli Ipsas, i principi internazionali per la contabilità economico-patrimoniale nel settore pubblico, obbligheranno finalmente a fare chiarezza su questi dati.

(Testo tratto da articolo del giornalista Marco Ratti - IL SOLE 24 ORE)

2.3 LE PERSONE CHE OPERANO PER IL COMITATO ITALIANO PER L'UNICEF

La storia e la crescita di un'organizzazione dipendono fortemente dalle persone che la compongono e che si assumono – con diversi ruoli e competenze – la responsabilità di promuoverne e sostenerne gli ideali e le iniziative a tutti i livelli.

Il Comitato Italiano per l'UNICEF riconosce un alto valore alle persone che collaborano direttamente e indirettamente alla realizzazione dei programmi di raccolta fondi e *advocacy* e le considera a tutti gli effetti come il vero patrimonio su cui si fonda lo sviluppo dell'organizzazione e grazie al quale è possibile operare per la tutela dei bambini e degli adolescenti.

2.3.1 Avvio della riorganizzazione

Nel 2006 il Comitato Italiano per l'UNICEF ha intrapreso un processo di cambiamento nella gestione delle risorse umane e di sviluppo delle competenze.

Il percorso, avviato nel mese di aprile e portato avanti nel corso dell'anno, è stato sviluppato coinvolgendo le persone del Comitato attraverso alcuni momenti di incontro, di condivisione e di discussione. In particolare sono stati organizzati:

- 5 seminari dedicati al team di Direzione
- alcuni "cantieri di progettazione", ovvero incontri finalizzati a definire e progettare gli strumenti di gestione delle risorse umane coinvolgendo l'Ufficio del Personale
- 19 interviste semi-strutturate ai collaboratori "champions", cioè persone particolarmente significative per l'organizzazione in quanto strategiche in un determinato processo/funzione. Le interviste sono state condotte in modo informale e hanno coinvolto 5 Dirigenti, 8 quadri e 6 impiegati.

Sulla base dell'analisi delle attività di coinvolgimento è emerso quanto segue:

- il desiderio dei collaboratori del Comitato di migliorare alcuni aspetti della gestione delle risorse umane, la comunicazione e l'organizzazione delle attività
- la forte motivazione che contraddistingue l'agire delle persone che permette di affrontare anche le situazioni di criticità.

È stato inoltre somministrato un Questionario di valutazione e coinvolgimento in merito al Bilancio Sociale 2005 che ha permesso di evidenziare un significativo spirito di appartenenza del personale all'organizzazione (cfr. par. 2.2.7).

2.3.2 Composizione e consistenza del personale

Lo staff del Comitato Italiano per l'UNICEF risulta composto, al 31 dicembre 2006, da 84 dipendenti e da 94 collaboratori a progetto su tutto il territorio nazionale. Nel corso dell'anno, in realtà, il numero dei collaboratori varia a seconda dei progetti e delle iniziative intraprese e cresce sensibilmente nel periodo natalizio. Il personale del Comitato Italiano è formato da specialisti nei settori della raccolta fondi e del marketing sociale, della comunicazione, dell'*advocacy* e dell'amministrazione finanziaria e contabile. È composto da collaboratori a progetto, da dipendenti e dirigenti, il cui inquadramento economico e funzionale è regolato – come per molte altre Organizzazioni non governative italiane – dal contratto nazionale del commercio con alcuni rapporti regolati anche secondo il contratto nazionale dei giornalisti. Lo staff si avvale, inoltre, della consulenza specialistica di alcuni professionisti.

Al 31 dicembre 2006 lavorano per il Comitato Italiano per l'UNICEF:

- 84 dipendenti
- 94 collaboratori a progetto
- 2.528 volontari.

A questi si aggiungono alcuni professionisti che collaborano come consulenti.

Composizione del per categoria	2003	2004	2005	2006
N° dipendenti a tempo indeterminato	62	62	62	66
(di cui part time)	(16)	(17)	(17)	(17)
N° dipendenti a tempo determinato	3	6	7	13
(di cui part time)	(-)	(-)	(-)	(4)
Collaboratori a progetto (media annua)	80	66	95*	94*
Dirigenti	5	5	5	5
TOTALE	150	139	169	178

* i dati del 2005 e del 2006 si riferiscono al numero di collaboratori presenti al 31 dicembre.

Il costo del personale

Il costo complessivo lordo del personale nel 2006 è stato pari a 5.272.627 euro (5.024.943 euro nel 2005). Nelle tabelle che seguono è possibile vedere la ripartizione del costo in base alla tipologia di collaborazione e alla tipologia delle attività a cui il personale – dipendenti e collaboratori su tutto il territorio nazionale – si è dedicato durante l'anno.

Costo complessivo lordo del personale (in euro)	2003	2004	2005	2006
Costo complessivo lordo	4.139.219	4.512.576	5.024.943	5.272.627
di cui:				
- personale dipendente	3.089.493	3.378.374	3.779.112	3.848.572
- collaboratori	1.049.726	1.134.202	1.245.831	1.424.055

L'aumento del costo del personale va attribuito in parte a un aumento del numero dei rapporti di collaborazione durante il 2006 – di cui alcuni di lunga durata, svolti da personale qualificato – e in parte alle nuove assunzioni avvenute nel corso dell'anno.

Distribuzione del costo del personale per area di attività	2003	2004	2005	2006
Raccolta fondi	51%	56%	58%	55%
Attività di <i>advocacy</i>	15%	16%	16%	16%
Struttura	34%	28%	26%	29%

2.3.3 I dipendenti

A fine 2006 il Comitato Italiano per l'UNICEF conta al proprio attivo 84 dipendenti, di cui 5 dirigenti e 9 quadri. La maggioranza dei dipendenti è costituita da donne (68%) in linea con quanto stabilito dai principi dell'UNICEF internazionale e, in generale, delle Nazioni Unite, che richiamano l'importanza della professionalità femminile rappresentata a tutti i livelli dell'organizzazione e in ogni parte del mondo.

Nel corso del 2006, a fronte di due cessazioni per contratti a termine legati all'avvio di importanti attività, sono stati assunti 12 dipendenti. Per alcuni di essi si tratta di trasformazione di lavoro a progetto in lavoro dipendente, per altri si tratta di nuovi profili professionali introdotti dal mondo *non profit*. L'assorbimento nello staff di alcuni ex collaboratori, per lo più nelle sedi decentrate, rientra in un progetto di migliore organizzazione territoriale per lo svolgimento omogeneo delle iniziative di raccolta fondi e di *advocacy*.

	2003	2004	2005	2006
Numero dipendenti	70	73	74	84
di cui:				
- contratto part-time	16	17	17	21
- categorie protette	8	8	7	8

Suddivisione per qualifica U/D		2003	2004	2005	2006
DIRIGENTI	Uomini	3	3	3	3
	Donne	2	2	2	2

QUADRI	Uomini	4	5	5	4
	Donne	3	5	5	5
IMPIEGATI	Uomini	15	16	16	20
	Donne	43	42	43	50
TOTALE		70	73	74	84

All'interno dell'organico risulta rispettata anche la presenza di personale appartenente alle categorie protette in numero superiore ai limiti previsti dalle norme di legge in materia.

L'età media del personale è di 42 anni. Segue un dettaglio del turnover registrato nel 2006 per il personale dipendente:

	2003	2004	2005	2006
Assunti	3	5	2	12
Cessati	2	2	1	2
Saldo	1	3	1	10

Modalità di accesso

L'integrazione nelle posizioni vacanti all'interno dell'UNICEF avviene tramite selezione effettuata dall'Ufficio per il personale sui profili professionali inseriti nell'apposito database presente sul sito e, in caso di mansioni tecniche particolarmente qualificate, anche attraverso annunci a mezzo stampa o tramite sito. La scelta avviene dopo uno o più colloqui attitudinali, effettuati fra i candidati selezionati in base ai titoli e alle esperienze lavorative.

Banca dati Curriculum

Il Comitato Italiano per l'UNICEF è raggiunto ogni anno da circa duemila domande relative ad assunzione, collaborazione e richieste di informazioni su stage a livello internazionale e volontariato "sul campo". Dato il numero di contatti, è stato necessario progettare una banca dati per la raccolta dei curricula in un archivio informatico di supporto alla ricerca di candidature, oltre che per rispondere tempestivamente a tutti coloro che si sono rivolti al Comitato Italiano per l'UNICEF.

Remunerazione e formazione

Nel garantire il rispetto dei diritti dei lavoratori il Comitato Italiano prevede una remunerazione dei propri dipendenti secondo i contratti collettivi di riferimento.

Retribuzione media netta per categoria (migliaia di euro)	2003	2004	2005	2006
DIRIGENTI	3.100	3.170	3.312	3.581
QUADRI	2.150	2.280	2.643	2.623
IMPIEGATI 1° e 2°	1.303	1.340	1.476	1.640
IMPIEGATI 3° e 4°	1.064	1.130	1.204	1.230

Formazione del personale	2006
N. Corsi	6
N. Partecipanti	45
Formazione specialistica	
aree tematiche:	
Corso di formazione su utilizzo del DRM	20
Specialista HR Sole 24 ore	2
Corsi inglese base	4
Corso inglese intermedio	10
Access	1

2.3.4 I collaboratori

Al 31 dicembre 2006 il Comitato ha all'attivo 94 collaboratori, ovvero lavoratori con i quali l'organizzazione ha stipulato un "contratto a progetto". A seguito dell'introduzione del Decreto Legislativo 276/2003 (la cosiddetta "Legge Biagi") è stata elaborata e attuata una forma contrattuale "a progetto" che prevede, nel caso dei contratti stipulati dal Comitato Italiano, opportunità migliorative rispetto al testo base: ad esempio l'indennità di maternità riconosciuta dall'INPS nella misura dell'80%, è integrata del 20% con onere a carico del Comitato Italiano; i periodi di assenza prolungata (anche per malattia) sono comunque indennizzati se non hanno un impatto rilevante nella realizzazione del progetto e inoltre un indennizzo pari al 6% dell'importo contrattuale al momento della scadenza.

La maggior parte dei collaboratori opera presso le sedi dei Comitati locali (74%), mentre una percentuale più bassa (26%) presso la sede nazionale.

Il periodo in cui si registra il numero più alto di contratti di collaborazione è l'ultimo trimestre dell'anno, quando cioè sono più intense le attività e le iniziative legate alla campagna di Natale.

Interessante è la "femminilizzazione" delle collaborazioni, considerando che su 94 persone con contratto a progetto 71 sono donne, cioè il 75%.

Distribuzione collaboratori	U/D	2005	%	2006	%
Sede	donne	13	13,68%	14	14,89%
	uomini	12	12,63%	14	14,89%
Comitati locali	donne	58	61,06%	56	59,58%
	uomini	12	12,63%	10	10,64%
		95	100,00%	94	100,00%

Nel 2006, nell'ottica di una migliore organizzazione territoriale, il Comitato Italiano ha provveduto ad assorbire nell'organico dei lavoratori dipendenti 7 ex collaboratori a progetto. L'avvenuta trasformazione del rapporto di lavoro consente un maggior coordinamento con la struttura centrale e garantisce, oltre alla presenza organizzata della risorsa, il diretto coinvolgimento in diverse iniziative e progetti.

2.3.5 I volontari

Il Comitato Italiano si avvale di una rete di circa 2.500 volontari – iscritti all'Albo dei Volontari – che dedicano le proprie competenze professionali e il proprio tempo libero a titolo gratuito per sensibilizzare la società civile alle politiche e alle azioni dell'UNICEF nel mondo.

In particolare, i volontari svolgono attività di:

- promozione dei diritti dell'infanzia, mediante attività pubbliche e nelle scuole a livello locale;
- sensibilizzazione dell'opinione pubblica alle campagne dell'UNICEF a sostegno dei paesi in via di sviluppo, attraverso iniziative dedicate e promuovendo la raccolta fondi, sia diretta che attraverso la cessione dei prodotti dell'UNICEF.

Nello svolgimento di queste attività per conto dell'UNICEF Italia, ogni volontario iscritto all'Albo ha un tesserino e gode di una copertura assicurativa dell'UNICEF.

Nel 2006 l'Assemblea del Comitato Italiano per l'UNICEF ha approvato la **Carta dei Valori** che ogni volontario deve sottoscrivere quale testimonianza del suo impegno a condividere i valori e la missione dell'UNICEF. "L'essere volontario nel Comitato Italiano per l'UNICEF – recita la Carta – è, in tutte le sue forme e manifestazioni, espressione del valore dell'incontro e della condivisione tra le persone, nonché azione totalmente libera e gratuita, che pone sempre al centro il bene comune, nella piena consapevolezza di quanto siano importanti le giovani generazioni per realizzarlo". Essere volontari è "appassionata condivisione di un impegno, etico e civile, per i diritti sanciti dalla

Convenzione Internazionale sui Diritti dell'Infanzia, per la cui affermazione, tutela e promozione, in Italia e nel mondo, si rendono disponibili tempo, competenze e capacità personali”.

Sempre nel 2006 è stato istituito l'**Ufficio per il coordinamento dei volontari** che costituisce il punto di collegamento organizzativo di tra la sede nazionale e la rete di volontari. (Cfr. paragrafo 1.7)

	2003	2004	2005	2006
N. Volontari iscritti all'Albo	2.014	2.301	2.436	2.528
di cui:				
- donne	1.553	1.782	1.903	1974
- uomini	461	519	533	554

Formazione volontari

I volontari costituiscono una risorsa importante per l'organizzazione, che ne valorizza il ruolo attraverso specifici corsi di formazione, finalizzati alla loro crescita personale e professionale.

Dal 5 al 7 ottobre 2006 si è tenuto a Roma il **Seminario dei giovani volontari** con l'obiettivo di valorizzare il loro ruolo nelle attività dell'UNICEF. A tal fine l'incontro è stato strutturato in diverse aree tematiche per fornire spunti di riflessione, analisi e confronto su molteplici attività e per condividere buone prassi. Il Seminario, che ha rappresentato un momento di crescita dell'organizzazione e ha coinvolto 64 partecipanti provenienti da 46 province italiane, ha offerto anche momenti di informazione e formazione sulle attività di *advocacy* dell'UNICEF e sulla Campagna globale *Uniti per i bambini. Uniti contro l'AIDS* al fine di potenziare la partecipazione dei giovani alle attività locali.

Un primo tangibile effetto dell'incontro è rappresentato dal "Forum giovani", attivato sul sito del Comitato Italiano per creare una rete di scambio e confronto tra i giovani volontari.

Comunicazione verso i volontari

Il volontariato rappresenta per l'UNICEF un'importante risorsa per promuovere le attività di promozione dei diritti dell'infanzia e le attività di raccolta fondi su tutto il territorio nazionale.

I giovani volontari, in particolare, rivestono un ruolo rilevante per coinvolgere il mondo giovanile e per dare voce alle giovani generazioni. In questo contesto risulta di fondamentale importanza il riconoscimento del diritto alla partecipazione e all'ascolto che sempre più caratterizzano le iniziative dell'UNICEF a livello nazionale e nelle attività svolte sul campo.

La **newsletter** per i volontari è uno strumento di comunicazione interna che permette di tenere costantemente aggiornati i volontari del Comitato Italiano. Viene inviata tramite posta elettronica e rappresenta un utile strumento di scambio di idee e di condivisione delle buone pratiche in quanto dedica ampio spazio alle iniziative dei Comitati locali, oltre a fornire le principali informazioni sull'attività dell'UNICEF sul campo.

Nel 2006 la newsletter è stata rinnovata nei contenuti e nell'impostazione grafica al fine di diventare strumento di integrazione e di indirizzo per le informazioni contenute sul sito. La cadenza di invio è mensile, a cui si aggiungono gli eventuali "speciali"; nel corso dell'anno sono state redatte 14 newsletter per i volontari: 12 numeri ordinari e 2 "speciali".

2.3.6 I Goodwill Ambassador

Se è vero che l'importanza di un'organizzazione dipende dalle persone che la compongono, va sottolineato il ruolo di alcune persone che collaborano attivamente con il Comitato Italiano: i *Goodwill Ambassador* (Ambasciatori di buona volontà) che, sebbene non rientrino nella composizione dell'organico del Comitato, contribuiscono concretamente a diffondere in Italia il rispetto dei diritti dell'infanzia e i programmi che il Fondo dell'ONU attua nel mondo.

Gli Ambasciatori sono i volti noti al grande pubblico che grazie alla loro celebrità nel mondo dello spettacolo e dello sport possono contribuire a diffondere gli ideali dell'UNICEF, con un impegno in prima persona, e a titolo completamente gratuito, anche nell'area della raccolta fondi.

Ogni Comitato nazionale può scegliere i suoi Ambasciatori tra le persone che nel proprio paese possano meglio promuovere il lavoro dell'organismo. La carica ha una durata di tre anni ed è rinnovabile. Poiché la carica ricoperta rappresenta una scelta personale di solidarietà, il *Goodwill Ambassador* testimonia questo suo impegno nei momenti pubblici.

Dato il successo dell'azione svolta, il Comitato italiano ha deciso di differenziare e specializzare sempre più il lavoro con i *Goodwill Ambassador* nell'area comunicazione e raccolta fondi, nella prospettiva di legare ciascun Ambasciatore alla promozione di un progetto o di una iniziativa specifica, anche attraverso i viaggi sul campo.

I Goodwill Ambassador dell'UNICEF Italia (data nomina)

Anno	Nome	Professione
1987	Simona Marchini	Attrice, regista e direttore artistico
1989	Corpo Nazionale dei Vigili del Fuoco	Soccorso pubblico
1996	Milly Carlucci	Conduttrice e showgirl
1999	Roberto Bolle	Etoile della danza
2000	Lino Banfi	Attore e showman
2001	Amii Stewart	Cantante e showgirl
2001	Daniela Poggi	Attrice, conduttrice e autrice
2001	Bianca Pizzorno	Scrittrice
2001	Paolo Maldini	Calciatore
2002	Paolo Bianchini	Regista
2002	World Youth Orchestra	Orchestra
2003	Francesco Totti	Calciatore
2003	Deborah Compagnoni	Ex campionessa sci
2003	Piccolo Coro Mariele Ventre Antoniano Bologna	Coro
2004	Mario Porfito	Attore
2004	Patrizio Rispo	Attore
2005	Alessio Boni	Attore
2005	Maria Rosaria Omaggio	Attrice e autrice
2006	Carmen Consoli	Cantante e autrice

Carmen Consoli, nominata "Goodwill Ambassador" del Comitato Italiano il 15 maggio 2006, sarà impegnata soprattutto nella campagna *Uniti per i bambini. Uniti contro l'AIDS*, per la quale ha realizzato uno spot.

Niky Frascisco, nominato "Junior Ambassador per il diritto all'istruzione dei bambini e delle bambine nel Mediterraneo", è un bambino di 9 anni che soffre di una particolare forma di asma. Vista la sua difficoltà di vivere una vita sana e senza l'ausilio di farmaci sulla terraferma, i suoi genitori hanno deciso di costruire il Walkirye - una goletta autosufficiente - e lasciare la città d'origine, Bellinzago Novarese, per vivere sul mare, garantendo così una vita serena al piccolo Niky. Navigando nel Mediterraneo, Niky e i suoi genitori si fanno portavoce, in collaborazione con l'UNICEF, del diritto all'istruzione attraverso il progetto "Niky e la scuola vagabonda" che intende creare, attraverso la struttura satellitare e il sistema di videoconferenza della goletta Walkirye, un "ponte virtuale" tra i ragazzi delle scuole italiane e quelli delle scuole dei paesi del Mediterraneo.

I viaggi sul campo dei Goodwill Ambassador

Nel 2006 tutti gli Ambasciatori sono stati impegnati in diverse attività a sostegno del Comitato Italiano attraverso iniziative, interviste, partecipazioni a trasmissioni televisive e radiofoniche. Alcuni di loro (Alessio Boni, Carmen Consoli, Paolo Maldini, Milly Carlucci e Maria Rosaria Omaggio) sono stati testimonial di spot realizzati per la campagna HIV/AIDS, trasmessi a titolo gratuito da Rai e Mediaset nel periodo novembre-dicembre.

Nel corso del 2006 tre Goodwill Ambassador hanno partecipato a viaggi sul campo:

- **Alessio Boni** ha intrapreso la sua prima missione in Malawi e Mozambico nel febbraio 2006 per visitare le attività dell'UNICEF nel quadro della Campagna globale *Uniti per i bambini. Uniti contro l'AIDS*. Questo viaggio, raccontato attraverso un diario, ha "legato" fortemente l'Ambasciatore alla Campagna contro l'HIV/AIDS;
- **Roberto Bolle** nel luglio 2006 si è recato in missione nel Sudan meridionale per prendere visione delle attività di emergenza che l'UNICEF sta realizzando sul campo, in particolare ha verificato i risultati realizzati con la campagna "sms solidale per il Sudan" – realizzata nel corso

delle Olimpiadi Invernali di Torino 2006, di cui è stato testimonial – attraverso la quale sono stati raccolti 530.000 euro (cfr. p...) per vaccinare migliaia di bambini nel Sudan meridionale.

- **Amii Stewart** – già protagonista con Ennio Morricone del CD “Love Song” prodotto da Starwood Hotels & Resorts in Italia per l'UNICEF – si è recata nel Sudest asiatico, dove tra il 27 novembre e il 4 dicembre ha visitato i progetti dell'UNICEF per la protezione dell'infanzia in Cambogia, Thailandia e Filippine.

2.3.7 Questionario di valutazione al personale e ai Comitati locali

Al fine di assicurare una maggiore rispondenza del Bilancio Sociale alle esigenze gestionali e comunicative, Il Comitato Italiano ha ritenuto opportuno somministrare ai **Comitati Provinciali** e al **personale** un questionario che rilevasse l'utilità dello strumento, ne evidenziasse punti di miglioramento e raccogliesse suggerimenti per la rendicontazione sociale dell'esercizio 2006.

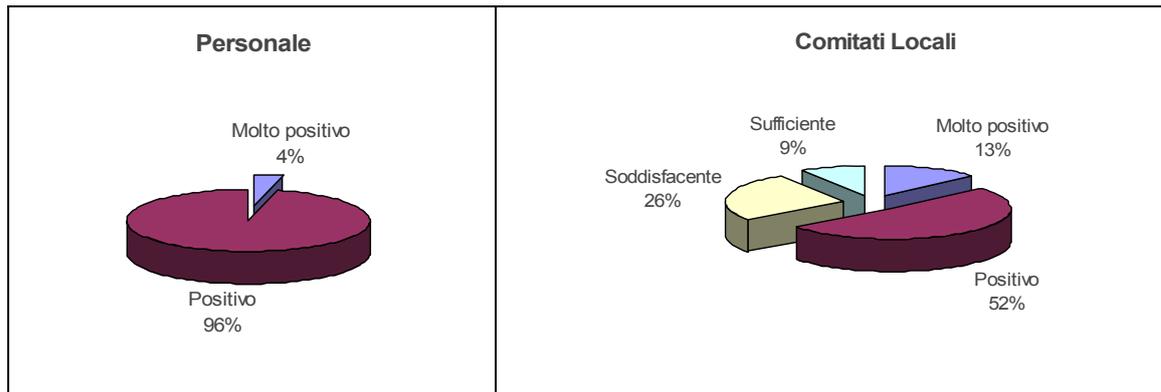
Seguono i risultati dell'indagine interna che ha coinvolto la struttura per un totale di 100 risorse e 101 Comitati Provinciali. La totalità dei partecipanti dei Comitati locali dichiara di avere letto il documento e un'ampia maggioranza (70%) di averne discusso con i colleghi all'interno del Comitato. La quasi totalità del personale dichiara di avere letto il documento (96%) e un'ampia maggioranza di averne discusso con i colleghi.

In estrema sintesi, dal questionario emerge come i Comitati Provinciali e il personale del Comitato Italiano considerino molto positivamente (rispettivamente 82% e 87,7%) il Bilancio Sociale e lo ritengano uno strumento **utile, chiaro e trasparente** (v. tabella sotto). Tra gli aggettivi suggeriti per esprimere un commento negativo, solo il personale rileva una certa “autoreferenzialità” (11,1%).

COMITATI LOCALI E PERSONALE DELL'UNICEF ITALIA					
A tuo avviso, quali fra i seguenti aggettivi meglio descrivono il Bilancio Sociale 2005 del Comitato Italiano per l'UNICEF (massimo 4 scelte)					
	Comitati	Personale		Comitati	Personale
Utile	29%	28,4%	Inutile	-	-
Vicino	-	6,2%	Lontano	-	-
Coerente	8%	7,4%	Confuso	1%	-
Corretto	8%	4,9%	Autoreferenziale	3%	11,1%
Chiaro	12%	17,3%	Di difficile lettura	5%	-
Trasparente	9%	13,6%	Opaco	-	-
Innovativo	1%	2,5%	Superato	-	-
Verificabile	7%	3,7%	Non verificabile	8%	-
Esauritivo	8%	3,7%	Incompleto	1%	1,2%
L'aggettivo esprime un commento positivo:	82%	87,7%	L'aggettivo esprime un commento negativo:	18%	12,3%

Complessivamente, sia il personale che i Comitati si rispecchiano nei contenuti del documento e lo giudicano positivo e completo nelle informazioni.

Giudizio complessivo sul Bilancio Sociale 2005 del Comitato Italiano per l'UNICEF Onlus



Valutazione, grado di conoscenza, condivisione e rappresentazione

La **seconda parte** del Questionario è stata predisposta in modo diverso per il personale e i Comitati, al fine di valutare alcuni aspetti tipicamente legati al ruolo ricoperto da ciascuna categoria all'interno dell'organizzazione. In particolare, nel caso del personale si è voluto valutare il grado di condivisione della missione e dell'**organizzazione**, mentre nel caso dei Comitati è stato valutato il grado di condivisione della missione e delle **linee strategiche**. Per entrambi, infine, è stato valutato il grado di rappresentazione della realtà del Comitato Italiano per l'UNICEF e la capacità dello strumento di aumentare il livello di conoscenza della stessa.

PERSONALE

Dal questionario emerge una elevata condivisione (96%) della missione e degli obiettivi del Comitato Italiano per l'UNICEF da parte delle persone che lavorano all'interno dell'organizzazione. Emergono tuttavia anche dei segnali che fanno certamente riflettere:

- da un lato la percezione di una non totale corrispondenza tra gli obiettivi posti in fase programmatica e le singole scelte operative (riscontrata nel 63% delle risposte);
- dall'altro la consapevolezza che esistono dei **rischi di reputazione** e che vanno individuati e gestiti.

Dal punto di vista dello strumento, il Bilancio Sociale è avvertito dal personale come capace di trasmettere a un soggetto esterno un'idea adeguata del Comitato Italiano per l'UNICEF (78%) e di esprimere il ruolo che il Comitato svolge in Italia (67%).

La "trasparenza" – principio che ispira la realizzazione del Bilancio Sociale stesso – è recepita come leva che può contribuire a migliorare l'immagine dell'organizzazione (96%).

COMITATI

Dal questionario emerge una elevata condivisione della missione (83%) del Comitato Italiano per l'UNICEF e – a differenza del risultato del questionario del personale – la percezione di una reale coerenza tra gli obiettivi posti in fase programmatica e le singole scelte operative (78%).

L'unica osservazione negativa riguarda l'esplicitazione del metodo di redazione del Bilancio Sociale (48% delle risposte), per rispondere alla quale la nota metodologica è stata formulata in modo più diretto. Emergono inoltre altre due aree di miglioramento nell'esercizio di rendicontazione:

- da un lato la possibilità (espressa nel 43% dei casi) di spiegare meglio il rapporto con le "persone UNICEF" (dato che riguarda sia i Comitati che il personale);
- dall'altro il miglioramento dell'individuazione degli interlocutori che si relazionano con il Comitato Italiano per l'UNICEF (ovvero gli *stakeholder* identificati).

Il Bilancio Sociale 2006 cerca di rispondere adeguatamente alle osservazioni emerse, ma soprattutto cerca di mantenere alta la buona performance di valutazione che si ottiene dall'analisi dei questionari. Il Comitato resta peraltro consapevole che uno strumento come il Bilancio Sociale, che esprime il percorso di miglioramento, non può che essere esso stesso oggetto di una evoluzione progressiva e costante.

Valorizzazione e miglioramento: a chi si rivolge il Bilancio Sociale?

Al fine di valorizzare il Bilancio Sociale è stato chiesto, sia al personale che ai Comitati, di indicare gli *stakeholder* ai quali ritengono importante distribuire il documento. I risultati indicano una preferenza rivolta ai **media** (mezzi di comunicazione di massa) e ai **volontari** espressa sia dai Comitati che dal personale; il personale sottolinea anche la rilevanza delle aziende, degli enti locali e delle istituzioni, mentre i Comitati confermano loro stessi come destinatari privilegiati.

Secondo voi, a quali soggetti è importante distribuire il Bilancio Sociale? (massimo tre risposte)	PERSONALE Valori percentuali	COMITATI Valori percentuali
Media	18,46%	15,1%
Aziende	16,92%	9,4%
Enti locali e Istituzioni	15,38%	12,3%
Volontari	15,38%	16,0%
Donatori privati	12,31%	8,5%
Comitati Locali	10,77%	15,1%
Dipendenti e collaboratori	6,15%	8,5%
Scuole e Università	4,62%	10,4%
Organizzazioni non profit	0,00%	2,8%
Altro	0,00%	1,9%

Infine è stato richiesto un contributo al miglioramento del Bilancio Sociale per l'esercizio 2006, coerentemente con l'obiettivo del Comitato Italiano di creare un **circolo virtuoso di miglioramento** e affinamento dei contenuti e delle informazioni improntato sulla comunicazione dell'attività svolta in modo trasparente e obiettivo.

Un aspetto positivo è che le stesse risorse umane percepiscono le opportunità di partecipazione e dialogo insite nello strumento di rendicontazione sociale. Alla richiesta di suggerimenti per migliorare il Bilancio Sociale il personale ha infatti risposto di "condividere le informazioni con i portatori di interessi prima della pubblicazione" (27%) e di "accrescere le informazioni qualitative sulle azioni svolte" (25%). Quest'ultima è anche la principale richiesta dei Comitati locali (30%) che sottolineano anche l'importanza di semplificare e aumentare la leggibilità del documento.

Per migliorare il Bilancio Sociale suggerite (scegliere tre opzioni):	PERSONALE Valori percentuali	COMITATI Valori percentuali
Accrescere le informazioni qualitative sulle azioni svolte	25%	30%
Accrescere le informazioni quantitative	15%	15%
Condividere le informazioni con i portatori di interessi prima della pubblicazione	27%	11%
Ampliare una sezione (unica segnalazione: risultati UNICEF internazionale)	2%	8%
Semplificare e aumentare la leggibilità	23%	25%
Altro (es. Raccontare meglio il "percorso" delle spese (dal donatore ... al progetto))	8%	11%

Questa intuizione conferma la validità di uno strumento che si basa sul progressivo coinvolgimento degli interlocutori interni ed esterni dell'organizzazione, in modo da facilitare la comprensione e la risoluzione in tutte le questioni che possono sorgere.

La condivisione del documento con gli interlocutori del Comitato Italiano per l'UNICEF favorisce infatti un **percorso di dialogo e confronto** da cui ricavare beneficio in termini di consenso e legittimazione.

2.4 ADVOCACY: L'ATTIVITÀ CON ISTITUZIONI ED ENTI

L'azione di *advocacy* intende rafforzare il ruolo dell'UNICEF nel promuovere i diritti dei bambini e degli adolescenti e sollecitare cambiamenti positivi nelle politiche specifiche per i diritti dell'infanzia, anche in Italia.

Le attività di *advocacy* si traducono in un costante impegno a carattere **istituzionale** con le autorità centrali dello Stato e gli Enti locali, nonché in una serie di attività in stretta collaborazione con altri interlocutori (Ong, associazioni, categorie professionali, media, ecc.). L'impegno dell'UNICEF è inoltre garantito dalla presenza capillare dei volontari sul **territorio**, che hanno un ruolo centrale nei progetti realizzati a livello locale.

L'UNICEF svolge l'attività di *advocacy* negli Uffici sul campo, dove è fondamentale parlare con i governi e le istituzioni per orientare le politiche di intervento, e nei paesi industrializzati, attraverso i Comitati nazionali per l'UNICEF, con un orientamento specifico a questioni nazionali, regionali e internazionali.

Parlare di *advocacy* vuol dire fare riferimento a tutte quelle attività tramite le quali l'UNICEF promuove, influenza e ottiene l'adozione di leggi, politiche, pratiche, programmi e l'allocatione di risorse da parte delle autorità competenti a sostegno dell'adempimento della Convenzione sui diritti dell'infanzia e il conseguimento degli Obiettivi di sviluppo del Millennio.

Tutta l'attività di *advocacy* si basa sulla promozione e sulla tutela dei diritti sanciti dalla Convenzione. L'UNICEF è espressamente indicato nella Convenzione per promuovere l'attuazione della Convenzione stessa e dei suoi due Protocolli Opzionali (cfr. box), anche attraverso la verifica dell'effettiva attuazione degli impegni assunti dai governi con il documento "Un mondo a misura di bambino", adottato dalla Sessione speciale dell'Assemblea generale delle Nazioni Unite dedicata all'infanzia (2002)³.

Quale Comitato nazionale per l'UNICEF, il Comitato Italiano, oltre a sostenere un'azione di *advocacy* a livello internazionale dettata dall'agenda dell'UNICEF, promuove le attività di raccolta fondi e i programmi di educazione ai diritti che favoriscono il sostegno dell'opinione pubblica al lavoro svolto dall'UNICEF sul campo, svolge dunque un'attività di monitoraggio delle leggi, delle politiche e delle prassi in materia di diritti dell'infanzia affinché si ottenga il pieno adempimento degli obblighi derivanti dalla Convenzione e siano rispettati i diritti dei bambini e degli adolescenti anche in Italia.

Il Comitato Italiano per l'UNICEF nell'assumere l'impegno prioritario di "realizzare attività di *advocacy*" si è anche assunto la responsabilità di contribuire a costruire, insieme a una molteplicità di soggetti istituzionali e non, una società amica dei bambini e degli adolescenti fondata sui loro diritti. L'articolato lavoro (svolto in modo capillare dai volontari su tutto il territorio nazionale) con le autorità centrali dello Stato (Governo, Parlamento, Istituzioni ufficiali, ecc.), con gli Enti locali (Regioni, Province, Comuni) e con le Organizzazioni non governative, le Associazioni, le categorie professionali, i media costituisce la base dell'impegno dell'UNICEF Italia per contribuire a definire e attuare normative e politiche che diano piena attuazione alla Convenzione.

La **Convenzione sui diritti dell'infanzia** e i due Protocolli Opzionali – **Protocollo Opzionale sul coinvolgimento dei bambini nei conflitti armati** e **Protocollo Opzionale sulla vendita di bambini, la prostituzione dei bambini e la pornografia rappresentante bambini** – sono i pilastri che guidano tutte le attività dell'UNICEF. Il monitoraggio costante dell'applicazione della Convenzione ha una sua particolare espressione nelle "Osservazioni conclusive", documento che il Comitato ONU sui diritti dell'infanzia redige periodicamente per ciascuno Stato parte della Convenzione e nel quale vengono esaminati i progressi compiuti dagli Stati nell'attuazione degli obblighi contratti con la ratifica della Convenzione e dei due Protocolli Opzionali.

³ Documento nel quale vengono individuate le strategie per l'attuazione di tali diritti.

2.4.1 Progetti con le Istituzioni

I principi sanciti dalla Convenzione sui diritti dell'infanzia costituiscono le basi di ogni intervento dell'UNICEF anche in Italia. Per questo motivo i progetti che il Comitato Italiano per l'UNICEF realizza nella sua attività di *advocacy*, rispondono – dalla loro ideazione sino all'esecuzione – alla volontà di dare concreta attuazione alla Convenzione. Le iniziative, siano esse di formazione, sensibilizzazione o informazione, sono volte a diffonderne i principi fondamentali (ascolto del minore, partecipazione, tutela della salute e molti altri) e mirano a coinvolgere quanti più attori possibili, della società civile (i bambini e gli adolescenti prima di tutti) come del mondo delle Istituzioni, che possano avere un ruolo nella promozione e nella tutela dei diritti dei minori.

Il Comitato Italiano, nella sua azione di *advocacy*, interagisce dunque con una vasta gamma di soggetti utilizzando di volta in volta gli strumenti e il linguaggio più adatti a comunicare con i diversi interlocutori. In particolare, il Comitato Italiano è impegnato in un'attività di *advocacy* con le istituzioni italiane e con le principali istituzioni europee, in virtù del suo ruolo di rappresentante dell'Italia nei Gruppi di lavoro dei Comitati nazionali per l'UNICEF e di esperto in materia di politiche italiane sull'infanzia.

L'attività con il Parlamento italiano

La relazione del Comitato Italiano con il Parlamento è incentrata sull'applicazione della Convenzione sui diritti dell'infanzia; a tal fine il Comitato svolge un'azione di monitoraggio dell'attività parlamentare con particolare attenzione alle iniziative volte a disciplinare ambiti inerenti i diritti dei minori.

Vengono per questo seguiti i lavori di alcune Commissioni parlamentari (Esteri, Affari sociali, Igiene e sanità e Bicamerale Infanzia) e alcuni Comitati (Diritti umani), organi del Parlamento con i quali viene mantenuto un dialogo continuo attraverso la presentazione di istanze, la richiesta di audizioni, l'aggiornamento sulle attività dell'UNICEF (anche attraverso l'invio di pubblicazioni edite dal Comitato Italiano o da questo tradotte⁴), partecipando così alle consultazioni preparatorie dei disegni di legge inerenti l'infanzia.

Forte è l'impegno profuso del Comitato italiano per la creazione, a livello nazionale⁵, di un **Garante per i diritti dell'infanzia e dell'adolescenza**, istituzione indipendente prevista dalla Convenzione europea sull'esercizio dei diritti del bambino del 1996, e auspicata dal Comitato ONU sui diritti dell'infanzia. Compito di tale figura è quello di garantire la tutela e la promozione dei diritti dei minori e di vigilare affinché le istituzioni competenti svolgano un'azione efficace in tal senso.

Un altro tema che il Comitato italiano segue con attenzione è quello del **contrasto alla violenza sui minori** nelle sue diverse forme. Nel 2006 è stato elaborato il documento "Per un'agenda italiana contro la violenza su e dei minori e degli adolescenti" che verrà presentato nel 2007⁶ e che vuole essere uno strumento di ausilio all'attività del Parlamento e del Governo per mettere in evidenza le priorità in materia di abusi sui e tra i minori (vedi il fenomeno del bullismo).

In materia di **lotta allo sfruttamento sessuale e alla pedopornografia**, molte delle richieste presentate – insieme ad altre associazioni - durante l'iter di riforma della legge 269/98, sono state accolte e sono confluite nella legge 38/2006 fornendo così un esempio di efficace attività di *lobby* per i diritti dell'infanzia.

Sempre nel 2006 è stato elaborato dal Comitato Italiano il documento **Un impegno per i diritti dell'infanzia e dell'adolescenza**, presentato a tutti i partiti in occasione delle elezioni politiche, nel quale si chiedeva, per la nuova legislatura, un impegno al Governo e al Parlamento per una politica caratterizzata da una scelta decisiva a favore dell'infanzia e dell'adolescenza e l'impegno per la cooperazione internazionale. Il documento nei suoi punti è strumento per il lavoro di *advocacy* con le istituzioni per monitorare l'attività politica relativa alle tematiche affrontate nel documento stesso (si veda la tabella di seguito sui principali progetti).

⁴ Vedi paragrafo "Attività e iniziative editoriali"

⁵ Si veda paragrafo "L'attività con le regioni", pag. 40.

⁶ Alcuni punti del documento sono confluiti nelle proposte fatte ai partiti politici "Un impegno per i diritti dell'infanzia e dell'adolescenza" (vedi tabella principali progetti)

L'attività con i Ministeri

L'attività di *advocacy* con i Ministeri è orientata alla promozione della Convenzione e degli Obiettivi di sviluppo del Millennio e si basa su un rapporto di collaborazione reciproca al fine di creare occasioni di confronto, di dialogo e di lavoro capaci di orientare l'azione istituzionale a una migliore attuazione dei diritti dell'infanzia in Italia. L'azione di *advocacy* con i Ministeri si realizza nell'attività di *lobbying*, nella partecipazione a convegni, conferenze e tavole rotonde, nella promozione dell'attuazione della normativa italiana e internazionale in materia di tutela dei diritti dei bambini e degli adolescenti nonché nella richiesta di incontri sui temi specifici, con Ministri e Sottosegretari.

Il Comitato Italiano ha consolidato la propria cooperazione con diversi Ministeri e con la partecipazione ad alcuni organi interministeriali. Il Comitato è infatti divenuto membro (a diverso titolo) di alcuni Comitati, Osservatori e gruppi di lavoro.

In particolare partecipa alle riunioni del **Comitato Interministeriale sui Diritti umani (CIDU)**: in questa sede il Comitato Italiano per l'UNICEF svolge funzioni di "consulenza" in materia di diritti dell'infanzia per la redazione di documenti e rapporti sullo stato di attuazione di trattati internazionali ratificati dall'Italia. A tal proposito nel 2006, proprio in collaborazione con il CIDU, sono state tradotte le Osservazioni conclusive indirizzate all'Italia da parte del Comitato ONU sui diritti dell'infanzia, in merito allo stato di applicazione dei due Protocolli Opzionali alla Convenzione.

Sotto la direzione del **Ministero della Solidarietà Sociale** e del **Ministero delle Politiche per la Famiglia** si dovrebbero svolgere i lavori dell'Osservatorio nazionale per l'infanzia e l'adolescenza che ha come principale compito quello di redigere ogni due anni il Piano nazionale per l'infanzia. Il Comitato Italiano sta facendo pressione affinché l'Osservatorio riprenda i lavori come previsto dalla legislazione italiana. Altra istituzione con cui il Comitato Italiano collabora è il Comitato Internet e minori del **Ministero delle Comunicazioni** che ha il compito di dare applicazione al Codice di regolamentazione su Internet e minori.

Infine, sul fronte della riforma giustizia minorile con il **Ministero della Giustizia** viene portato avanti un lavoro di *lobby* al fine di sollecitare un miglioramento dell'assetto normativo e giudiziario esistente; momento di approfondimento del tema durante il 2006 è stato il seminario di studio "Terzo incontro nazionale sulla giustizia minorile" che ha visto la partecipazione dei massimi esperti in materia e dello stesso Ministero della Giustizia. In questa articolata attività di *advocacy* non mancano le collaborazioni con il **Ministero della Pubblica Istruzione**, il **Ministero della Salute**, **Ministero delle Politiche Giovanili e Attività Sportive** nonché il **Ministero dell'Interno**. Collaborazione, quest'ultima, che viene realizzata attraverso gli accordi con la Polizia di Stato e Corpo Nazionale dei Vigili del Fuoco (si veda relativa sezione più avanti).

2.4.2 Progetti che hanno caratterizzato l'attività nel 2006

Nome del Progetto	Stakeholder	Analisi Obiettivi-Risultati 2006	Sviluppo futuro del progetto	Comunicazione
<p>DOCUMENTO "UN IMPEGNO PER I DIRITTI DELL'INFANZIA E DELL'ADOLESCENZA"</p> <p>Perché e come si inquadra nell'attività di <i>advocacy</i>: Quadri di riferimento sono la Convenzione sui diritti dell'infanzia e le raccomandazioni all'Italia delle "Osservazioni conclusive" del Comitato ONU sui diritti dell'infanzia: sintesi dei principali obiettivi da raggiungere da parte del Governo</p>	<p>A chi è rivolto: Partiti politici, Governo e Parlamento, associazioni che si occupano di promuovere i diritti dell'infanzia</p>	<p>Obiettivi del progetto: Responsabilizzare le forze politiche con un impegno di programma sui diritti dell'infanzia, alla vigilia delle elezioni, in base alle tematiche prioritarie individuate nel documento</p> <p>Metodologia di sviluppo del progetto: Monitoraggio attività del Governo e del Parlamento in merito alle priorità individuate nel documento; aggiornamento del documento</p> <p>Risultati 2006: Presenza di numerosi rappresentanti dei partiti alla presentazione del documento; distribuzione del documento al Senato in occasione della Giornata internazionale per i diritti dell'infanzia e dell'adolescenza</p>	<p>L'appuntamento vorrebbe diventare annuale</p>	<p>Utilizzata per sviluppare gli obiettivi: Invito alla presentazione del documento esteso a tutti i Presidenti dei partiti politici protagonisti delle elezioni 2006, ai leader politici, alle principali associazioni che si occupano di infanzia e ai giornalisti</p>

<p>FORUM DEI BAMBINI E DEI RAGAZZI (Firenze, 18-19 Novembre 2006)</p> <p>Perché e come si inquadra nell'attività di advocacy: Proposta del Comitato ONU - Percorso di coinvolgimento di bambini e ragazzi per la redazione del PNI (Piano Nazionale per l'Infanzia e l'Adolescenza)</p>	<p>A chi è rivolto: Osservatorio nazionale per l'infanzia e l'adolescenza, Centro nazionale di documentazione e analisi per l'infanzia e l'adolescenza, Ministero Solidarietà Sociale, Commissione bicamerale infanzia</p> <p>Con chi viene realizzato: Gruppo Partecipazione Coordinamento o PIDIDA, Ministero Solidarietà Sociale, Istituto degli Innocenti</p>	<p>Obiettivi del progetto: Permettere lo scambio di opinioni e idee tra bambini e ragazzi fornendo un valido supporto nella stesura del PNI</p> <p>Metodologia di sviluppo del progetto: Selezione partecipanti; invio kit di approfondimento; selezione adulti esperti per facilitare i lavori; gestione dei Gruppi di lavoro; coordinamento con Ministero Solidarietà Sociale e Commissione Parlamentare Infanzia; logistica, con Istituto degli Innocenti; comunicazione e gestione contatti con Comitati locali per selezione dei giovani volontari</p> <p>Risultati 2006: Elaborazione documento finale del Forum, sua presentazione al Sottosegretario del Ministero Solidarietà Sociale; partecipazione di una delegazione di bambini e di ragazzi alle celebrazioni della Giornata Nazionale Infanzia in Senato; condivisione del documento nelle Associazioni di appartenenza dei partecipanti</p> <p>Sostegno economico: Ministero Solidarietà Sociale (gestito dall'Istituto degli Innocenti) per spese logistiche</p>	<p>Partecipazione di bambini e ragazzi alla stesura del prossimo PNI</p>	<p>Agli stakeholder sullo stato di avanzamento del progetto: Ministero Solidarietà Sociale; coinvolgimento e impegno della Commissione Bicamerale Infanzia</p>
<p>JUNIOR 8 SUMMIT</p> <p>Perché e come si inquadra nell'attività di advocacy: Evento internazionale annuale in concomitanza con il Vertice G8. Processo di promozione del diritto alla partecipazione di bambini e ragazzi</p>	<p>A chi è rivolto: Bambini/ragazzi dei paesi membri del G8 e di alcuni paesi in via di sviluppo. Per l'Italia hanno partecipato ragazzi delle associazioni aderenti al Forum delle Associazioni Studentesche e/o provenienti dalla scuola vincitrice della J8 Competition</p> <p>Con chi viene realizzato: Ministero Pubblica Istruzione, Morgan Stanley</p>	<p>Obiettivi del progetto: Creare una piattaforma per il confronto fra bambini e ragazzi allo scopo di assicurare che la loro voce venga ascoltata dai leader del G8 e possa essere tenuta in considerazione nelle loro politiche</p> <p>Metodologia di sviluppo del progetto: Comunicazione ai Comitati locali; coordinamento con l'UNICEF internazionale e organizzatori del Vertice; traduzione e invio documenti informativi ufficiali; pianificazione e gestione incontro di formazione preparatorio</p> <p>Risultati 2006: Riscontro positivo dell'esperienza da parte dei partecipanti</p>		
<p>PROMOZIONE DEI DIRITTI DEI MINORI STRANIERI IN COLLABORAZIONE CON LA CARITAS ITALIANA</p> <p>Perché e come si inquadra nell'attività di advocacy: Impegno comune per la tutela dei diritti e la promozione</p>	<p>A chi è rivolto: Istituzioni nazionali e locali preposte a promuovere politiche in favore dei minori stranieri, operatori del settore</p>	<p>Obiettivi del progetto: Individuare e analizzare la normativa italiana applicabile ai minori di origine straniera che vivono in Italia; sollecitare le istituzioni e i centri di ricerca affinché raccolgano dati specifici e lavorino in modo coordinato; promuovere lo scambio di buone pratiche</p> <p>Metodologia di sviluppo del progetto: Realizzazione di due convegni interregionali dal titolo "Uscire dall'invisibilità. La condizione in Italia dei</p>	<p>Pubblicazione, nel 2007, di atti finali e di un documento di proposte per le istituzioni; preparazione terzo incontro interregionale (Foggia –marzo 2007)</p>	<p>Utilizzata per sviluppare gli obiettivi: Invito a partecipare alle iniziative esteso a istituzioni, associazioni del terzo settore, esperti competenti in materia</p>

dell'integrazione in Italia dei bambini e degli adolescenti di origine straniera	Con chi viene realizzato: Caritas Italiana	bambini e degli adolescenti di origine straniera. Analisi, buone pratiche, prospettive" (Roma – giugno 2006; Modena – settembre 2006) Risultati 2006: Forte interesse e raccolta di riflessioni utili a proposte successive da avanzare alle istituzioni competenti in materia di immigrazione e diritti dei minori stranieri e a realizzare il prossimo rapporto sulla condizione dei minori di origine straniera		
--	--	--	--	--

2.4.3 Iniziative e progetti con Polizia di Stato e Vigili del Fuoco

Il Comitato Italiano per l'UNICEF e la Polizia di Stato

Le attività di formazione

Il Comitato Italiano, grazie al Protocollo di intesa stipulato con la Polizia di Stato, a partire dal 2005 offre la sua collaborazione didattica, nell'ambito dei corsi di formazione degli operatori della Polizia di Stato, sul tema delle strategie di prevenzione dei comportamenti di maltrattamento, abuso e sfruttamento dei minori. Nel corso del 2006 il Comitato Italiano per l'UNICEF ha partecipato ai corsi periodici di formazione della Polizia di Stato presso la Scuola POL.G.A.I. di Brescia.

Calendario 2006

Ogni anno la Polizia di Stato realizza il proprio calendario nel quale i 12 mesi dell'anno sono ripercorsi attraverso la chiave di lettura dell'educazione alla legalità e alla tutela dell'ordine e della sicurezza pubblica. Nel 2006 parte del ricavato della vendita del calendario è stato destinato alla protezione e alla tutela dei bambini della Repubblica Democratica del Congo che hanno ricevuto, grazie alla vendita del calendario 2006, circa 111.000 euro.

Il Poliziotto un amico in più

Il concorso "Il Poliziotto un amico in più", giunto alla VI edizione, è rivolto agli studenti delle scuole elementari e delle medie inferiori ed è in collaborazione con la Polizia di Stato e il Ministero della Pubblica Istruzione. L'iniziativa si inserisce in un percorso educativo e formativo che coinvolge insegnanti e famiglie che mira a evidenziare esperienze e percorsi che portino a un positivo consolidamento della personalità del minore.

La novità del 2006 è stata la possibilità di concorrere anche attraverso l'invio di sms al numero 48235, oltre che attraverso opere letterarie, arti figurative e tecniche multimediali e cine-televisive. Hanno partecipato al concorso, dal tema "l'unica differenza è il rispetto", i giovani di tutta Italia frequentatori delle scuole secondarie di 1° e 2° grado, di età compresa tra i 12 e i 19 anni.

Un Pallone per amico

L'iniziativa, nata dai giornalisti RAI appartenenti alla "Associazione Calcio e Solidarietà" e a cui ha contribuito la Polizia di Stato, prevede un torneo tra squadre di giornalisti e squadre di Polizia che giocano con il logo UNICEF sulla maglietta. In base all'accordo con le parti, il 15% del ricavato delle partite è devoluto all'UNICEF che, nel 2006, è stato destinato ai progetti dell'UNICEF.

Progetto Icaro VI Edizione

Nel 2006 l'UNICEF ha patrocinato la VI edizione del Progetto Icaro promosso dalla Polizia di Stato, in collaborazione con i Ministeri dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca e delle Infrastrutture e dei Trasporti. Il progetto, rivolto agli studenti, è finalizzato alla promozione della cultura della sicurezza stradale.

Il Comitato Italiano per l'UNICEF e i Vigili del Fuoco

Il sodalizio tra Corpo Nazionale dei Vigili del Fuoco e UNICEF, avviato sin dal 1989 con la nomina del Corpo a *Goodwill Ambassador*, si è arricchito anche nel 2006 di importanti iniziative, tutte caratterizzate dal rapporto di collaborazione instaurato negli anni.

Il Progetto Children's Day

Anche nel 2006 i Comandi Provinciali dei Vigili del Fuoco, in collaborazione con i Comitati locali UNICEF, hanno promosso il **Children's Day** nelle più importanti città italiane. Per la manifestazione,

che ha lo scopo di raccogliere fondi a favore dei bambini nelle emergenze dimenticate, i Vigili hanno simulato interventi di soccorso e organizzato percorsi di sicurezza per i bambini.

2.4.4 Iniziative e progetti con gli Enti locali

L'attività con le Regioni

Con la modifica del titolo V della Costituzione si è verificato un passaggio di competenze dallo Stato centrale alle Regioni in tante materie che riguardano i diritti dell'infanzia, il Comitato Italiano ha iniziato a dare sempre maggiore importanza alle attività di *advocacy* realizzate a livello regionale. I Comitati Regionali per l'UNICEF hanno negli anni organizzato attività con le istituzioni e le associazioni attive sul territorio: valorizzare queste esperienze, promuovere uno scambio di esperienze, definire un quadro di interventi comune a tutte le Regioni e facilitare una formazione comune a tutti i volontari UNICEF anche in questo ambito sono le principali linee d'intervento.

Sono numerose le iniziative che il Comitato Italiano sta avviando con le Regioni al fine di rafforzare il coordinamento a livello regionale e di favorire il confronto e il sostegno all'attività dell'UNICEF. In particolare il Comitato Italiano ha siglato alcuni Protocolli d'Intesa con alcune Regioni italiane al fine di creare una Rete regionale degli "Ospedali Amici dei bambini OMS/UNICEF" e ha avviato, insieme al coordinamento PIDIDA, il progetto "Viaggio alla ricerca dei diritti dell'infanzia attraverso le regioni italiane" con l'obiettivo di monitorare quanto fatto per l'infanzia e l'adolescenza a livello regionale e valutare se e come il decentramento attuato con L. Cost. 3/2001 garantisce le stesse opportunità e la stessa tutela ai bambini e agli adolescenti di ogni parte d'Italia. Il Comitato è impegnato anche nella promozione dell'istituzione di Garanti regionali per l'infanzia attraverso l'elaborazione – anche con la collaborazione dei Garanti regionali già istituiti – di un progetto di legge regionale standard per la creazione di tale figura a livello regionale.

L'attività con i Comuni

Le Città Amiche delle bambine e dei bambini e i Sindaci difensori dell'infanzia

Le Città Amiche si stanno sviluppando in tutte le regioni del mondo e concretizzano la creatività e l'impegno delle comunità, dei bambini e dei loro governi nel rendere la Convenzione una pratica quotidiana. L'UNICEF ha ideato il documento **Costruire Città Amiche delle bambine e dei bambini – Nove passi per l'azione** che si propone come base di lavoro adatta a ogni esigenza locale e fornisce un ampio approccio da adattare ai bisogni, alle aspirazioni e alle prassi locali, attraverso un processo partecipativo che coinvolga tutti i soggetti interessati – le autorità locali, alcune categorie professionali, la società civile, gli esperti, le comunità, le scuole e in particolar modo, le bambine e i bambini. La promozione delle Città Amiche risponde anche all'esigenza di individuare nuovi stili di vita sostenibili per l'ambiente; l'obiettivo è quello di migliorare la qualità della vita nelle città attuando i diritti dell'infanzia e la sostenibilità ambientale.

Dal 2000 è stato istituito un Segretariato Internazionale delle Città Amiche delle bambine e dei bambini presso il Centro Ricerca dell'UNICEF all'Istituto degli Innocenti di Firenze.

A livello locale sono stati organizzati seminari insieme all'ANCI e all'associazione CAMINA; un ruolo di supporto è svolto dai volontari e un lavoro di coordinamento con gli altri Comitati nazionali per l'UNICEF è necessario per definire i criteri globali per le città amiche dei bambini e delle bambine. Diverse sono le amministrazioni comunali che organizzano seminari e incontri di approfondimento, ai quali il Comitato Italiano partecipa dando il proprio contributo tecnico. Nel 2006 è stato organizzato un convegno di presentazione ai Sindaci e agli amministratori locali dell'Emilia Romagna dei "Nove passi" dell'UNICEF per il rilancio dell'intero progetto.

Il progetto **Sindaci difensori dell'infanzia** è inserito nell'ambito del progetto "Città Amiche" su iniziativa del Comitato Italiano per l'UNICEF e nasce dall'idea di chiedere ai Sindaci di impegnarsi in prima persona, con la Giunta e il Consiglio Comunale, per la difesa e la promozione dei diritti dell'infanzia. Negli anni centinaia di Sindaci nominati difensori dell'infanzia hanno convocato **Consigli Comunali aperti** alle scuole, in cui è stata data la possibilità di evidenziare e approfondire problemi riguardanti l'infanzia locale, con riferimento ai principi espressi nella Convenzione. È ormai prassi consolidata che, per essere nominati "difensori dell'Infanzia", i Sindaci debbano impegnarsi nella realizzazione dei "9 passi".

Tra le esperienze realizzate in collaborazione con i Sindaci di alcune città, nel 2006 va segnalato un viaggio sul campo: una delegazione italiana guidata dal sindaco di Roma Walter Veltroni e composta

da ragazzi delle scuole superiori romane, insegnanti, giornalisti e rappresentanti di associazioni e dell'UNICEF Italia si è recata in Ruanda (Kigali).

2.4.5 Iniziative e progetti con gli Ospedali Amici dei bambini

L'iniziativa internazionale "Ospedale Amico dei bambini" (BFHI - Baby Friendly Hospital Initiative) incoraggia le buone pratiche per la promozione dell'allattamento materno. Le strutture sanitarie interessate a ottenere questo riconoscimento devono seguire i **Dieci Passi** indicati nella **Dichiarazione Congiunta OMS/UNICEF** "L'allattamento al seno: promozione, protezione e sostegno. L'importanza del ruolo dei servizi per la maternità", che costituisce la fonte principale delle azioni promosse con la "Dichiarazione degli Innocenti" del 1990. La struttura sanitaria deve anche garantire il rispetto del "Codice internazionale sulla commercializzazione dei sostituti del latte materno" e delle relative risoluzioni dell'Assemblea Mondiale della Sanità che, in particolare, non consente di accettare forniture gratuite o a basso costo di latte artificiale, biberon e tettarelle. Il Comitato Italiano per l'UNICEF, attraverso la *task force* appositamente istituita, accompagna tutti i passaggi che vanno dalla promozione alla valutazione e al sostegno della BFHI, mettendo a disposizione delle strutture gli strumenti e le competenze necessari al raggiungimento della certificazione. A oggi si contano più di 20.000 "Ospedali Amici dei bambini" sparsi in 140 paesi del mondo. In Italia, dal 2001 al 2006, sono stati riconosciuti dodici Punti Nascita che hanno dato il via alla "Rete Italiana degli Ospedali Amici dei bambini".

Nel 2006 tre nuovi ospedali sono stati nominati "amici dei bambini": Viterbo, Osimo e Mugello e numerosi nuovi ospedali hanno avviato la procedura formale di riconoscimento OMS/UNICEF grazie anche ai protocolli d'intesa firmati con varie regioni.

LA RETE ITALIANA DEGLI OSPEDALI AMICI DEI BAMBINI	LOCALITÀ
Le strutture sanitarie italiane certificate	
Azienda ULSS n. 3 (Unità Locale Socio-Sanitaria)	Bassano del Grappa, (VI)
Azienda ULSS n. 20 (Unità Locale Socio-Sanitaria)	Soave (VR)
Ospedale aziendale di Merano Bolzano	Merano (BZ)
Ospedali riuniti della Valdichiana Senese	Montepulciano (SI)
Casa di Cura "La Madonnina"	Bari
Ospedale Aziendale di Bressanone - Azienda Sanitaria	Bressanone (BZ)
Ospedale di base di Vipiteno - Azienda Sanitaria di Bressanone	Vipiteno (BZ)
Ospedale Santa Maria degli Angeli	Pordenone
Casa di Cura "Santa Famiglia"	Roma
Ospedale Belcolle	Viterbo
Ospedale SS. Benvenuto e Rocco	Osimo (AN)
Presidio Ospedaliero del Mugello	Borgo San Lorenzo (FI)
Altre strutture coinvolte	
Centro Collaborativo dell'OMS per la Salute Materno Infantile presso l'IRCCS Burlo Garofolo	Trieste
Principali Ong attive nella promozione dell'allattamento	

ALLATTAMENTO AL SENO

La Conferenza Stato-Regioni sulla Salute ha istituito una commissione sull'allattamento al seno che ha invitato anche il Comitato Italiano per l'UNICEF a farne parte. La lobby con il Ministero della Salute ha portato a un preciso riferimento all'iniziativa OMS UNICEF nei nuovi testi di legge del governo sulla promozione della salute. Sempre nel 2006 il Comitato Italiano ha portato avanti il lavoro di definizione di uno nuovo strumento di promozione dell'allattamento al seno sul territorio (i 7 passi). La Rete degli Ospedali Amici dei Bambini, la Consulta delle Società Scientifiche, e il Gruppo Tecnico di Valutazione degli ospedali amici dei bambini si sono riuniti per un incontro residenziale, che ha permesso una condivisione dei percorsi intrapresi e la definizione di possibili linee guida comuni sull'allattamento al seno in tutto il paese. Contatti sono stati presi con la Federazione Italiana Medici Pediatri (FIMP) per la definizione di un protocollo d'intesa per la promozione della salute nell'età pediatrica fino all'adolescenza.

2.4.6 Collaborazione del Comitato Italiano con le Associazioni

Il Comitato Italiano per l'UNICEF collabora con altre associazioni e organizzazioni non governative impegnate nella promozione e nella tutela dei diritti dell'infanzia e dei diritti umani in generale per promuovere particolari campagne di sensibilizzazione e di raccolta fondi. Lo scopo di ciascuna collaborazione è fare in modo che l'azione del Comitato Italiano e di tutte le organizzazioni che con esso lavorano risulti più efficace e la loro voce più autorevole.

L'attività di *advocacy* del Comitato Italiano con le Associazioni si esplicita attraverso il coordinamento delle iniziative, la partecipazione agli incontri e ai lavori dei diversi gruppi: Gruppo Infanzia e Gruppo intercultura del Forum Permanente del Terzo Settore, Comitato per la promozione dei Diritti umani, Coalizione Stop all'uso dei bambini soldato, Coalizione italiana contro la povertà e Gruppo di lavoro sulla Convenzione. Con quest'ultimo viene svolto un lavoro di monitoraggio, ciascuna associazione secondo le proprie specifiche competenze, per valutare i progressi dello Stato italiano nell'attuazione della Convenzione e dei suoi Protocolli Opzionali; annualmente viene redatto un rapporto che viene presentato alle istituzioni competenti.

L'impegno costante del Comitato italiano è quello di instaurare un dialogo aperto e costruttivo con le altre associazioni che si occupano di promozione e tutela dei diritti dell'infanzia.

Il Coordinamento per i Diritti dell'Infanzia e dell'Adolescenza (PIDIDA)

Il PIDIDA è un libero tavolo di confronto aperto a tutte le Associazioni, Ong e, in generale, alle realtà del Terzo Settore che operano per la promozione e la tutela dei diritti dell'infanzia e dell'adolescenza in Italia e nel mondo, di cui attualmente fanno parte oltre 40 associazioni; il Comitato Italiano ne è membro fondatore e attualmente ne ha il segretariato. Tra i principali progetti del 2006 va segnalato il lavoro di valutazione su come la modifica del Titolo V della Costituzione e il conseguente passaggio di competenze dallo Stato alle Regioni abbia influito sulla garanzia dei diritti dei bambini italiani, in termini di parità di opportunità e di accesso ai servizi. Tale lavoro, giunto al secondo anno, è stato realizzato tramite la somministrazione di un questionario alle Regioni: i risultati dell'indagine sono stati pubblicati nel rapporto "Viaggio alla ricerca dei diritti dell'infanzia attraverso le Regioni italiane". Ulteriore linea d'azione è favorire la partecipazione dei bambini e dei ragazzi (cfr. tabella Principali progetti).

Il Comitato e la Caritas Italiana

Il Comitato Italiano e la Caritas Italiana hanno intrapreso un percorso di collaborazione che si basa sull'impegno comune per la tutela dei diritti e la promozione dell'integrazione in Italia dei bambini e degli adolescenti di origine straniera, che intende fornire alle autorità competenti uno stimolo affinché vengano sviluppate politiche specifiche. Tale collaborazione si è concretizzata nella presentazione del rapporto "Uscire dall'invisibilità. La condizione dei minori di origine straniera in Italia": tra le occasioni di presentazione del documento sono state presentate anche le "buone prassi" italiane rivolte a questo gruppo di minori.

Il Comitato e l'ARCI per i bambini Rom

Il progetto "Diritti per uno, diritto per tutti", promosso dall'ARCI Solidarietà Lazio in collaborazione con il Comitato Italiano, è stato realizzato in un quartiere della periferia di Roma, presso una scuola media che accoglie anche i ragazzi e le ragazze di un vicino campo rom.

L'iniziativa ha avuto come principale obiettivo quello di proporre ai giovani rom, ai loro genitori e alla scuola un percorso di legalità e di inclusione fondato sul rispetto dei diritti fondamentali universalmente riconosciuti per ogni bambino e bambina.

2.5 IL MONDO DELLA SCUOLA E DELL'UNIVERSITÀ

L'esperienza trentennale dell'UNICEF in tema di educazione allo sviluppo ha visto consolidarsi sempre più il rapporto con il mondo della scuola. La scuola rappresenta per l'UNICEF un importante veicolo per promuovere e realizzare i principi stabiliti dalla Convenzione e per rendere i ragazzi soggetti attivi di un processo di cambiamento in senso partecipativo e solidale.

Tale attività deve necessariamente adeguarsi al rapido processo di trasformazione di questi anni e creare un sistema culturale che ponga il bambino al centro delle proprie attività attraverso i programmi di *advocacy* (Scuole Amiche, Città Amiche, Ospedali Amici).

Questa impostazione ha l'obiettivo di favorire un approccio integrato e un sistema organico di interventi da parte di tutte le istituzioni preposte all'attuazione dei diritti dell'infanzia e dell'adolescenza.

2.5.1 L'attività con le scuole

Nell'anno scolastico 2006-2007 la proposta educativa alle scuole ha voluto attivare un percorso di riflessione e verifica su come i diritti enunciati dalla Convenzione vengono vissuti nella scuola e nel contesto territoriale in cui essa opera. Nel mese di maggio le scuole italiane hanno ricevuto l'invito ad aderire al programma "Verso una scuola amica delle bambine e dei bambini" e insieme alla lettera di presentazione hanno ricevuto il catalogo dei materiali informativi, didattici e audiovisivi "Idee e materiali per l'anno scolastico 2006-2007" e il pieghevole informativo sull'iniziativa "Adottiamo un progetto".

La comunicazione ha raggiunto le scuole italiane di ogni ordine e grado, oltre a circa 5.000 docenti referenti. Qui di seguito si riporta il dettaglio delle scuole contattate:

- n. 13.733 Scuole dell'infanzia
- n. 19.172 Scuole primarie
- n. 3.353 Istituti comprensivi
- n. 7.145 Scuole secondarie di primo grado
- n. 6.938 Scuole secondarie di secondo grado.

Di queste, 3.840 scuole hanno aderito alla proposta educativa dell'UNICEF e hanno sostenuto, tramite l'invio di un'offerta, i progetti che l'UNICEF realizza sul campo e quelli proposti nell'ambito dell'iniziativa "Adottiamo un progetto": una campagna di sensibilizzazione e di raccolta fondi che propone ai ragazzi un impegno attivo per contribuire alla realizzazione di progetti dell'UNICEF nei paesi in via di sviluppo.

Adottiamo un progetto

Dal 2001 l'iniziativa "Adottiamo un progetto" offre alle scuole la possibilità di sostenere concretamente i progetti che l'UNICEF realizza nel mondo. Effettuando una o più donazioni nel corso dell'anno gli studenti e gli insegnanti contribuiscono allo sviluppo del progetto e hanno la possibilità di monitorare il suo andamento attraverso aggiornamenti periodici, informazioni, approfondimenti e materiali forniti dall'UNICEF. Nel 2006 sono stati presentati 20 progetti in altrettanti paesi.

Si riporta qui di seguito il dettaglio delle scuole e delle classi di ogni ordine e grado contattate:

- n. 464 Istituti Comprensivi (pari a 13,8% delle scuole contattate)
- n. 310 Scuole dell'infanzia (pari a 2,3% delle scuole contattate)
- n. 1.200 Scuole primarie (pari a 6,3% delle scuole contattate)
- n. 577 Scuole secondarie di primo grado (pari a 8,1% delle scuole contattate)
- n. 378 Scuole secondarie di secondo grado (pari al 5,4% delle scuole contattate)
- n. 921 Singole classi.

	2003	2004	2005	2006
Numero Scuole contattate per il Programma Scuola	66.000	55.000	50.000	50.350
Numero Scuole coinvolte nel Programma Scuola e nell'iniziativa "Adottiamo un progetto"	3.500	4.000	5.460	3.840
Numero di progetti proposti	11	4	5	20

Nel 2006 il Comitato Italiano ha scelto di dare la possibilità alle scuole di scegliere tra più progetti (20 rispetto ai 5 del 2005), tutti sostenuti dal Comitato Italiano: una decisione che ha richiesto un ulteriore investimento dell'organizzazione in termini di coordinamento e di sensibilizzazione.

I progetti proposti nel 2006

ANGOLA – Costruire le scuole
ARMENIA – Nessuno escluso
BANGLADESH – Istruzione per i piccoli lavoratori
COLOMBIA – Bambine e bambini costruttori di pace
CONGO, REPUBBLICA DEMOCRATICA – Bambini di strada
ERITREA – Acqua e igiene nelle scuole
INDIA – Proteggere i più piccoli
INDONESIA – Tutti a scuola
KIRGHIZISTAN – Diritto alla scuola e al gioco
MALAWI – Fermiamo l'HIV/AIDS
MOZAMBICO – Proteggere i bambini orfani dell'AIDS
NIGER – Lotta alla malnutrizione dei bambini
NIGERIA – Prevenire la trasmissione madre-figlio dell'HIV
SIERRA LEONE – Vaccinazioni e maternità sicura
SUDEST ASIATICO – No al traffico di bambine e bambini
TAGIKISTAN – Lotta alla mortalità infantile
TERRITORI PALESTINESI OCCUPATI – Ritorno alla normalità
HAITI – Proteggere i bambini durante le emergenze
PAKISTAN – Aiutiamo i bambini vittime del terremoto
SUDAN – Aiutare i bambini vittime della guerra

Nel 2006 la raccolta fondi nelle scuole ha risentito dell'andamento generale della raccolta fondi del Comitato e ha subito una flessione: da un milione di euro nel 2005 è passata a 715.530 euro nel 2006. La raccolta fondi nelle scuole conferma comunque la media registrata negli ultimi 5-6 anni, superiore ai 700.000 euro.

2.5.2 L'educazione ai diritti

Il programma "Verso una scuola amica delle bambine e dei bambini", proposto alle scuole italiane di ogni ordine e grado, rappresenta una naturale evoluzione del Programma Scuola dell'UNICEF, in raccordo con le altre attività di promozione dei diritti dell'infanzia e dell'adolescenza (Città amiche delle bambine e dei bambini, Ospedali amici, Sport amico). Obiettivo di tale attività è quello di attivare un percorso di attuazione dei principi stabiliti dalla Convenzione attraverso la creazione di un sistema organico e coerente di progettualità e di interventi, che tenga conto della lunga esperienza dell'UNICEF in tema di diritti a livello nazionale e internazionale.

La proposta educativa dell'UNICEF per l'anno scolastico 2006-2007 ha coinvolto docenti, bambini e ragazzi in un'attenta analisi di quei diritti che vengono meno vissuti in ambito scolastico, attraverso strumenti e materiali di supporto.

Nel mese di maggio è stato organizzato l'**incontro nazionale per i referenti dei Comitati Provinciali UNICEF**, che promuovono a livello locale il programma di educazione ai diritti. L'incontro aveva come obiettivo quello di illustrare le linee guida del programma "Verso una scuola amica delle bambine e dei bambini" e di elaborare delle strategie di azione che potessero guidare un percorso comune.

HABBO

Nel mese di luglio è stata avviata la collaborazione tra Comitato Italiano per l'UNICEF e Habbo.it, il principale sito-community italiano per teenager (oltre 2.200 i giovani visitatori al giorno), per un progetto di sensibilizzazione, rivolto ai ragazzi, sul tema della difesa dei diritti dell'infanzia e dell'adolescenza. Habbo è un ambiente virtuale protetto nel quale i giovani visitatori possono creare un proprio personaggio e incontrare virtualmente altri coetanei. Settimanalmente i ragazzi trovano su www.habbo.it l'Infobus UNICEF: un autobus virtuale in cui discutono insieme a volontari ed esperti dell'UNICEF, attraverso modalità ludiche e interattive.

Nel periodo luglio-dicembre 2006 sono stati organizzati 28 appuntamenti che hanno coinvolto 560 ragazzi.

I corsi di aggiornamento per i docenti

Il programma "Verso una scuola amica delle bambine e dei bambini" è stato uno degli argomenti più approfonditi nell'ambito dei corsi di aggiornamento organizzati nel corso dell'anno scolastico. I 13 corsi di aggiornamento, organizzati in diverse province italiane, hanno coinvolto 930 insegnanti e hanno rappresentato uno spazio di approfondimento e di sperimentazione di metodi e procedure per lavorare sul tema delle scuole amiche. Ai Corsi di aggiornamento sono stati affiancati incontri informativi e di presentazione del programma "Verso una Scuola amica delle bambine e dei bambini".

	2003	2004	2005	2006
Numero corsi di aggiornamento per docenti	35*	14	14	13
Numero docenti partecipanti	1.800	850	900	930

* 20 relativi al progetto MAE

I Protocolli d'Intesa con gli Uffici Scolastici Regionali

Nel corso dell'anno scolastico 2006-2007 sono stati siglati sette nuovi Protocolli d'intesa con gli Uffici Scolastici Regionali a sostegno delle attività dell'UNICEF.

I protocolli d'intesa rappresentano un utile strumento per consolidare il rapporto di collaborazione tra l'UNICEF e gli uffici locali del Ministero della Pubblica Istruzione. Gli impegni sottoscritti dall'UNICEF e dagli Uffici Scolastici Regionali riguardano in particolare l'adozione della Convenzione sui diritti dell'infanzia quale importante strumento di riferimento; l'elaborazione di progetti comuni nell'ambito dell'educazione alla convivenza civile in ogni sua dimensione, nel quadro dei diritti dell'infanzia e nella prospettiva della formazione integrale della persona; il coinvolgimento dei genitori in progetti di formazione al fine di una più proficua risposta ai bisogni formativi degli alunni.

2.5.3 I Corsi multidisciplinari nelle Università

Nell'anno accademico 2006-2007 sono stati organizzati 19 Corsi universitari multidisciplinari di Educazione allo sviluppo, ai quali hanno partecipato 2.000 studenti universitari, neolaureati, docenti di scuola, rappresentanti del terzo settore; dei 19 Corsi, 2 sono stati realizzati per la prima volta e hanno riscosso una forte partecipazione.

Il tema centrale approfondito è stato quello dei diritti dell'infanzia e dell'adolescenza, alla luce della necessità di sviluppare un'ampia sinergia tra le varie attività di *advocacy*, in stretta relazione con le priorità strategiche dell'UNICEF.

I Corsi hanno offerto spazi di formazione e riflessione sulle tematiche che riguardano l'infanzia e l'adolescenza, ma anche sull'educazione alla mondialità, l'intercultura, lo studio delle politiche sociali ed economiche, la cooperazione allo sviluppo. La Convenzione e le azioni dell'UNICEF per la sua attuazione hanno avuto in questo contesto il ruolo di orientare l'analisi di specifiche problematiche e di favorire uno sguardo sempre più conforme alle esigenze di complessità delle società moderne. Tra i vari incontri almeno una lezione è stata dedicata al tema dell'HIV/AIDS e alla Campagna *Uniti per i bambini. Uniti contro l'AIDS*.

	2003	2004	2005	2006
Numero corsi multidisciplinari	16	15	16	19
Numero atenei coinvolti	16	15	16	19
Numero partecipanti	3.000	2.500	2.000	2.000

Università	Titolo del Corso
1. Bari	Lotta alla povertà e obiettivi del millennio: investire nei bambini e nelle bambine (*)
2. Benevento	Diritto alla partecipazione
3. Cagliari	Dai diritti dell'infanzia agli obiettivi del millennio
4. Firenze	I diritti dell'infanzia e dell'adolescenza, promozione, tutela e ruolo dell'UNICEF
5. Foggia	Lotta alla povertà e obiettivi del millennio: investire nei bambini e nelle bambine (*)
6. Forlì	Gli obiettivi del Millennio
7. Genova	Dai Diritti allo Sviluppo
8. L'Aquila	Infanzia. Scienze dell'educazione, sviluppo umano. Stato della ricerca e progetti internazionali
9. Lecce	Lotta alla povertà e obiettivi del millennio: investire nei bambini e nelle bambine (*)
10. Macerata	Uscire dall'invisibilità: viaggio intorno ai diritti negati
11. Milano	L'educazione ai diritti
12. Modena	La Convenzione UNICEF sui diritti dell'infanzia diritti di base, diritti culturali e diritti di tutela
13. Palermo	Viaggio nel mondo dei diritti
14. Roma	I diritti in piccolo
15. Sassari	Oltre i confini
16. Siena	Nelle infanzie il futuro. Per una cultura dei diritti
17. Taranto	Lotta alla povertà e obiettivi del millennio: investire nei bambini e nelle bambine (*)
18. Teramo	Al servizio dei bambini
19. Torino	La tutela dei diritti: salute, istruzione, pace, giustizia

(*) I corsi di Bari, Foggia, Lecce e Taranto sono stati finanziati dalla Regione Puglia, nell'ambito della Legge Regionale 20/2003 – art. 5.

2.6 I DONATORI PRIVATI

I fondi raccolti dal Comitato Italiano per l'UNICEF provengono soprattutto da privati, aziende e associazioni, in quanto esso non riceve alcun finanziamento sistematico dal Governo italiano né dall'ONU. Sono nel complesso circa 2 milioni i donatori privati che hanno sostenuto negli anni l'attività di raccolta fondi per i progetti dell'UNICEF e, tra essi, i privati cittadini rappresentano una forza straordinaria che consente al Comitato Italiano di essere uno dei più importanti Comitati nel mondo in termini di raccolta fondi.

2.6.1 Andamento della raccolta fondi privati nel 2006

Nel 2006 la raccolta fondi ha raggiunto 43,2 milioni di euro, registrando quindi una flessione del 25% rispetto al 2005, anno caratterizzato da un risultato eccezionale legato fortemente alla campagna per le emergenze dovute allo tsunami nel Sudest asiatico e al terremoto in Pakistan.

L'attività di raccolta fondi viene realizzata attraverso una pianificazione annuale, che prevede la realizzazione di molteplici iniziative, che vanno dagli appelli diretti, alla cessione di prodotti, alla campagna lasciti e con i media.

FONDI RACCOLTI - DONATORI PRIVATI (dati in migliaia di euro)	2003	2004	2005	2006
Appelli inviati per posta (sia prospect che house) compresi quelli per le emergenze	12.910	12.905	13.263	10.922
Programma di donazioni regolari (pledge)	635	1.400	2.522	3.432
Rivista "Dalla parte dei bambini"	4.331	4.021	3.889	3.780
Inseriti nei media e pieghevoli presso poste	1.546	1.786	2.490	1.588
Appelli per le emergenze (escluso mailing)	2.226	5.286	11.559	647
Prodotti presso poste, banche e supermercati	3.393	3.557	3.754	3.913
Cataloghi privati prodotti	1.344	1.652	1.504	1.589
Progetto Pigotta	2.280	2.420	2.145	2.194
Eventi speciali (bambiniere solidali)	706	1.391	1.522	1.527
Lasciti testamentari	5.094	3.542	6.246	4.788
Iniziative nelle scuole	723	783	1.034	716
"Adozione" progetti specifici nei paesi	691	456	562	1.090
Prodotti presso i Punti di Incontro	1.853	1.790	1.561	1.696
Manifestazioni organizzate dai Comitati locali	1.226	1.280	1.058	858
Campagna Globale HIV/AIDS	-	-	-	372
Altre iniziative e donazioni spontanee	3.348	4.501	4.436	4.083
TOTALE	42.306	46.770	57.545	43.195

La pianificazione viene utilizzata anche come strumento per la gestione delle emergenze umanitarie. Attraverso un piano di gestione mirato efficiente e veloce, il Comitato Italiano è in grado di implementare una campagna di raccolta fondi in pochi giorni dal verificarsi dell'evento di emergenza e può raggiungere i donatori in modo tempestivo. Nel 2006 il Comitato Italiano ha inviato appelli di raccolta fondi per posta sia per l'emergenza terremoto in Indonesia a giugno che per l'emergenza per la guerra in Libano ad agosto.

2.6.2 Forme di contribuzione: donazioni, prodotti e altre iniziative

I donatori privati possono avvalersi di diverse modalità per effettuare le proprie donazioni:

- donazione presso i Comitati Provinciali e Regionali per l'UNICEF
- versamento su conto corrente postale
- versamento su conto corrente bancario
- donazione al Numero Verde UNICEF
- donazioni on line

Donazioni on line	2002	2003	2004	2005	2006
Donazioni on line (in migliaia di euro)	94	256	613	1.000	422

Mailing di raccolta fondi

Il mailing, cioè l'invio tramite posta di un appello o della rivista "Dalla parte dei bambini", costituisce lo strumento privilegiato di raccolta fondi del Comitato Italiano per l'UNICEF. Nel 2006 l'attività di mailing ha registrato una raccolta di quasi 15 milioni di euro.

I mailing rivolti ai donatori potenziali (prospect) hanno consentito di includere 80.000 nuovi donatori tra i sostenitori dell'UNICEF.

Inserimento opuscoli nei periodici

Per coinvolgere nuovi sostenitori, a fianco dell'attività di mailing il Comitato Italiano utilizza anche l'attività di "Insert program", ovvero l'inserimento di un opuscolo dell'UNICEF nei periodici nazionali. Nel 2006 questa attività ha consentito di acquisire 23.000 nuovi sostenitori.

Programma di donazioni regolari (Pledge): "Amici dell'UNICEF"

Tale programma richiede l'impegno da parte dei donatori a effettuare una donazione regolare a lungo termine tramite modalità automatiche (domiciliazione bancaria/postale o carta di credito); è importante perché assicura entrate regolari e crescita costante, e consente una fidelizzazione a lungo termine del donatore con una riduzione dei costi di gestione. I fondi raccolti dai donatori regolari confluiscono nelle Risorse Regolari dell'UNICEF, utilizzate per finanziare tutti i progetti in base alle diverse priorità ed esigenze. Nel 2006 i donatori regolari sono incrementati di circa il 33%, con un'entrata di quasi 3,5 milioni di euro.

Il Comitato Italiano cerca prima di tutto di trasformare i propri sostenitori in donatori regolari. Allo stesso tempo mira ad acquisire nuovi donatori che si impegnino in questa forma regolare e costante di sostegno, attraverso vari canali: internet, *face to face*, spot gratuiti in TV. In particolare l'attività di *face to face* del 2006, che consiste nell'acquisire nuovi donatori regolari tramite domiciliazione bancaria/postale con "dialogatori" nelle città o nei centri commerciali, si è confermata molto efficace: ha consentito un contatto diretto con le persone, in particolare con i giovani, offrendo la possibilità di illustrare le attività dell'UNICEF a soggetti che non conoscevano l'organizzazione.

Programma "Amici dell'UNICEF"	2003	2004	2005	2006
Numero donatori regolari	6.000	11.000	15.000	20.000
Fondi raccolti (in migliaia di euro)	635	1.400	2.522	3.432

La Pigotta

La Pigotta dell'UNICEF Italia è una bambola speciale che viene confezionata a scuola da insegnanti e bambini e nei centri anziani e offerta nelle piazze italiane durante il periodo natalizio, nei Punti di Incontro e presso le sedi dei Comitati UNICEF.

I fondi raccolti dall'iniziativa "Adotta una Pigotta" sono impiegati per realizzare programmi di vaccinazione nei paesi in via di sviluppo. L'offerta per l'adozione di una Pigotta, pari a 20 euro, finanzia interamente un ciclo di vaccinazioni per un bambino contro le principali malattie infettive. L'iniziativa, ideata nel 1988 dal Comitato Provinciale di Milano, è stata estesa a livello nazionale a partire dal 1999 e da allora ha avuto un crescente successo: soltanto negli ultimi otto anni sono stati raccolti oltre 14 milioni di euro, che hanno permesso all'UNICEF di vaccinare più di 700.000 bambini. Sulla scia dell'esperienza italiana anche i Comitati nazionali per l'UNICEF di Francia, Finlandia, Repubblica Ceca, Slovenia e Romania hanno lanciato l'iniziativa nei loro paesi.

Nel 2006 la raccolta fondi per l'iniziativa ammonta a quasi 2,2 milioni di euro rispetto ai 2,1 del 2005, nei quali sono inclusi i fondi raccolti tramite la Pigotta Olimpica.

LA PIGOTTA IN CIFRE	2003	2004	2005	2006
Pigotte realizzate	115.000	115.000	117.000	115.000
Pigotte "adottate"	115.000	115.000	107.000	90.000
Fondi raccolti (migliaia di euro)	2.280	2.420	2.145	2.194
Scuole e centri per anziani che realizzano le Pigotte	4.000	5.000	6.000	6.200
Volontari impegnati	6.000	8.000	10.000	10.000
Numero stand realizzati	480	500	430	520

Per promuovere la campagna, è stato anche organizzato il concorso "Vinci la Pigotta delle Olimpiadi di Torino 2006", al quale hanno partecipato 5.000 persone tra le quali ne sono state poi sorteggiate 20 che hanno vinto le Pigotte ispirate alle discipline olimpiche della collezione appositamente creata. La campagna ha ottenuto il supporto di molti media nazionali e locali.

Bomboniere solidali (eventi speciali)

Il Comitato Italiano offre la possibilità di sostituire le tradizionali bomboniere con una donazione a favore dei progetti che porta avanti in 156 paesi del mondo. Chi aderisce all'iniziativa riceve delle pergamene personalizzate oppure dei sacchetti porta-confetti, da donare agli invitati al posto della classica bomboniera. Sempre più persone scelgono di trasformare eventi speciali come battesimi, matrimoni, cresime e comunioni, in altrettanti momenti di solidarietà.

A marzo questa attività è stata lanciata on line sul sito del Comitato Italiano: al 31 dicembre sono state 738 le adesioni registrate, pari a un valore di 243.000 euro. I Comitati locali partecipano all'iniziativa; di essi 65 personalizzano direttamente i materiali.

Eventi speciali	2003	2004	2005	2006
Fondi raccolti (migliaia di euro)	706	1.391	1.522	1.527
Numero di Comitati che hanno promosso l'iniziativa	30	48	60	70

Prodotti e biglietti augurali per i privati

L'UNICEF è stata la prima organizzazione nel mondo a fare raccolta fondi attraverso la cessione di biglietti augurali. Il primo biglietto è stato realizzato nel 1949, riproducendo il disegno di Jitka Samkova, una bambina cecoslovacca di 7 anni. Da allora, l'attività legata ai prodotti e biglietti augurali è diventata una costante per i Comitati nazionali per l'UNICEF, compreso quello Italiano che, nel 2006, ha raccolto quasi 7,2 milioni di euro provenienti solo dai sostenitori privati.

Tutti i prodotti dell'UNICEF sono confezionati nel rispetto delle norme sulla dignità del lavoro e della tutela ambientale e i fondi raccolti contribuiscono al finanziamento dei progetti dell'UNICEF nel mondo. Dalle magliette alle agende, dalle candele agli orsacchiotti, il catalogo dell'UNICEF offre tantissime idee regalo che possono essere acquistate on line, presso Punti di Incontro, Poste italiane, banche e supermercati.

Il 2006 ha visto crescere in modo esponenziale l'importanza del canale internet: la cessione di biglietti e prodotti attraverso il sito www.prodottiunicef.it è raddoppiata rispetto all'anno precedente.

Prodotti e biglietti augurali – privati	2003	2004	2005	2006
Fondi raccolti per cessione di prodotti ai privati (in migliaia di euro)	6.590	6.999	6.819	7.198

Lasciti testamentari

"La mia età mi porta a fare pensieri sul 'dopo' e quindi per quando il Signore mi chiamerà vorrei lasciare le cose in ordine. Mi dicono che non è né difficile né costoso fare testamento per cui vorrei lasciare parte dei miei averi"

a qualcuno che ne faccia un uso etico e condivisibile, in sintonia con i miei principi e valori. Vi prego di farmi avere informazioni su cosa debbo fare. Grazie

(Lettera firmata pervenuta al Comitato Italiano per l'UNICEF)

I lasciti testamentari rappresentano un importante riferimento per la raccolta fondi del Comitato Italiano. I risultati ottenuti nel 2006, pur avendo subito un leggero calo rispetto all'anno precedente, confermano la volontà delle persone di contribuire alle attività in favore dei bambini lasciando parte dei propri beni o il loro intero patrimonio all'UNICEF.

A sostegno di questa iniziativa di raccolta fondi, nel 2006 sono stati realizzati nuovi materiali promozionali, un libretto informativo e una locandina, che si sono aggiunti alla campagna stampa avviata nel 2005. Il materiale promozionale è stato inviato a tutti i Comitati Regionali e Provinciali che contribuiscono fortemente alla promozione del programma. Il Comitato Italiano è stato preso come esempio dall'UNICEF internazionale, oltre che per i risultati, per come è riuscito a coinvolgere i volontari nella gestione di una iniziativa così delicata.

Lasciti testamentari	2003	2004	2005	2006
Fondi raccolti (migliaia di euro)	5.094	3.542	6.246	4.788

Molto importanti per la promozione di questo programma sono: il Consiglio Nazionale del Notariato che, anche nel 2006, ha confermato la sua collaborazione invitando tutti i Notai d'Italia ad aderire all'iniziativa e l'Associazione 50&più Fenacom che, oltre a collaborare per le attività della Pigotta e del 5 per mille, ha invitato anche quest'anno il Comitato Italiano a partecipare all'annuale incontro di Primavera, al fine di promuovere le attività dell'UNICEF tra gli oltre 400.000 iscritti. Infine, nel 2006 si sono aggiunti nuovi e importanti promotori del programma: l'ABI, l'ANIA e diversi Istituti di credito e imprese assicuratrici.

In Angola l'eredità di una donatrice permette di costruire 3 scuole

Un'insegnante di Roma, donatrice UNICEF per molti anni, ha voluto continuare a essere vicino ai bambini destinando nel suo testamento una somma di denaro all'UNICEF in favore dei programmi per l'istruzione dei bambini. Seguendo le sue volontà, l'UNICEF ha finalizzato il lascito al progetto "Scuole per l'Angola" e alla costruzione di 3 scuole elementari in tre regioni dell'Angola settentrionale particolarmente colpite dalla guerra civile che ha devastato il paese dal 1975 al 2002. Nel 2007 circa 700 bambini potranno iniziare un nuovo anno scolastico, usufruendo di una migliore istruzione in luoghi confortevoli e forniti delle necessarie strutture igienico-sanitarie e di acqua potabile.

SMS solidale

Tra i nuovi strumenti di raccolta fondi utilizzati nel corso di emergenze umanitarie, l'sms solidale consente di ottenere buoni risultati. In base all'accordo con i gestori di telefonia è possibile devolvere all'UNICEF 1 euro per ogni sms inviato o 2 euro per ogni chiamata da telefono fisso. Nel 2006 l'iniziativa è stata adottata sia per la campagna per il Sudan sia per la Campagna globale *Uniti per i bambini. Uniti contro l'AIDS*.

UNICEF box

Dal 2005 chi sceglie di sostituire il regalo di compleanno, matrimonio, battesimo o comunione con un'offerta riceve una scatolina da consegnare al destinatario del regalo. La scatola contiene l'indicazione di come è stata impiegata la donazione e cosa ha permesso di realizzare: 20 euro corrispondono alla copertura dei costi per le vaccinazioni di base di un bambino, 30 euro agli alimenti nutrienti di 12 bambini, 50 euro alla distribuzione di 10 libri scolastici. Nel 2006 l'iniziativa UNICEF Box (denominata "un dono per ogni occasione") ha permesso di raccogliere donazioni per 145.000 euro.

2.6.3 Il 5 per mille per l'UNICEF

L'istituto del 5 per mille è stato introdotto per la prima volta con la legge finanziaria del 2005 che indica, quali possibili beneficiari, i Comuni di residenza dei contribuenti, le Onlus, gli enti della ricerca scientifica e dell'università, gli enti della ricerca sanitaria. Per donare il 5 per mille è stato appositamente creato un riquadro su tutti i modelli per la dichiarazione dei redditi (Modello Unico, 730, CUD, ecc.). Per donare il 5 per mille all'UNICEF è necessario scegliere l'area dedicata al "Sostegno delle organizzazioni non lucrative di utilità sociale", apporre la propria firma e il numero del Codice fiscale del Comitato Italiano per l'UNICEF Onlus (01561920586). In questo modo la quota dell'imposta sul reddito sarà devoluta alla realizzazione dei programmi dell'UNICEF per l'infanzia in 156 paesi in via di sviluppo del mondo. Anche nel 2007 è possibile destinare il 5 per mille all'UNICEF.

Per quanto riguarda il 2006, coloro che hanno scelto di devolvere il 5 per mille sono stati 15.854.201 su un totale di 26.391.936 dichiarazioni: in pratica 6 contribuenti su 10 hanno scelto il 5 per mille nell'anno del debutto (e in via sperimentale). I contributi sono andati soprattutto alle Onlus (per il 69%), con 9.674.041 preferenze, delle quali meno del 10% rivolte genericamente, cioè senza indicare il beneficiario.

Il Comitato Italiano per l'UNICEF è al primo posto nell'elenco delle Onlus, con 201.278 preferenze espresse dai contribuenti – con una entrata totale di 5,9 milioni di euro – e **al secondo posto assoluto** se si considerano tutte e quattro le categorie previste (Comuni di residenza, Onlus, enti della ricerca scientifica e dell'università, enti della ricerca sanitaria). Si tratta di un ottimo risultato, soprattutto se si considera che le organizzazioni aspiranti al contributo sono state 28.678 (di cui 6.306 cancellate dall'Agenzia delle Entrate).

Per la promozione del 5 per mille il Comitato Italiano per l'UNICEF ha coinvolto i Comitati locali e ha avviato alcune collaborazioni strategiche. In particolare:

- ha promosso l'iniziativa su tutto il territorio nazionale grazie al sostegno dei Comitati Regionali, Provinciali e di altri volontari e attraverso il materiale promozionale appositamente creato (locandine, volantini, ecc.);
- ha coinvolto i "CAF Confcommercio" (800 sedi in tutta Italia), che hanno scelto di consigliare l'UNICEF e altre poche Onlus ai contribuenti;
- ha coinvolto i "CAF Federcontribuenti" (circa 800 sedi in tutta Italia), che hanno scelto di promuovere solo l'UNICEF;
- ha sviluppato una campagna stampa *ad hoc* sui principali settimanali e mensili a livello nazionale e locale;
- ha pubblicato gratuitamente il banner della campagna, con la collaborazione di molti siti e alcuni portali (AGI, ANSA, CNA, Federcontribuenti, Corriere della sera, Gazzetta dello sport, RAI, Virgilio.it, ecc.).

2.6.4 Comunicazione verso i donatori privati

Per garantire l'informazione e aggiornare i donatori sulle attività dell'UNICEF, il Comitato ha attivato una serie di canali di dialogo sistematicamente aggiornati:

- newsletter;
- mailing: nel corso dell'anno sono previsti mailing destinati ai privati donatori dell'UNICEF;
- sito internet;
- rapporti emergenze;
- indirizzo di posta elettronica amici@unicef.it e Numero Verde 800-745000 a cui gli "Amici dell'UNICEF" possono fare riferimento per inviare e ricevere informazioni. L'obiettivo è quello di coinvolgere anche emotivamente i donatori e suscitare in loro un senso di appartenenza e condivisione con l'organizzazione, attraverso la creazione di un canale diretto e privilegiato con loro;
- rivista "Dalla parte dei bambini" per i donatori italiani dell'UNICEF; fornisce un'informazione frequente e puntuale sulle attività dell'UNICEF nel mondo e sulle iniziative di raccolta fondi.

BENEFICI FISCALI

Le donazioni delle persone fisiche al Comitato Italiano per l'UNICEF godono dei seguenti benefici fiscali, non cumulabili tra loro, nei limiti e alle condizioni previste dalle vigenti normative e prassi:

- sono deducibili dal proprio reddito per un importo non superiore al 2% del reddito complessivo dichiarato le donazioni effettuate con qualsiasi mezzo di pagamento a favore del Comitato Italiano per l'UNICEF quale Ong;
- sono detraibili dall'imposta lorda per un importo pari al 19% del loro ammontare fino a un massimo di 2.065,83 euro le donazioni effettuate a favore del Comitato Italiano per l'UNICEF quale Onlus, con esclusione di quelle in contanti;
- sono deducibili nel limite del 10% del proprio reddito fino a un massimo di 70.000 euro le donazioni effettuate al Comitato Italiano per l'UNICEF quale Onlus, con esclusione di quelle in contanti.

2.7 IMPRESE: DONATORI E PARTNER

Il rapporto di collaborazione tra il Comitato e le imprese è ormai consolidato ed è in aumento il numero di aziende che decide di affiancare la propria immagine a quella dell'UNICEF.

Molte imprese scelgono l'UNICEF per avviare iniziative di partnership in grado di apportare benefici di varia natura. Nelle aziende gli innovativi processi di Responsabilità Sociale d'Impresa creano, inoltre, sempre più consapevolezza e ricerca di affiancamento del marchio o dei prodotti ad associazioni *non profit* come conseguenza diretta e finale di un percorso di responsabilità e impegno sociale. L'approvazione della partnership da parte dell'UNICEF con ciascuna azienda è subordinata a un processo di *screening* gestito secondo criteri stabiliti a livello internazionale.

Il profilo delle aziende responsabili

L'azienda, per diventare partner dell'UNICEF:

- non deve avere nessun coinvolgimento nell'industria degli armamenti;
- non deve essere produttrice di latte in polvere;
- non deve impiegare manodopera minorile in nessuna delle fasi di produzione e deve rispettare le normative sul lavoro;
- non deve essere coinvolta nello sfruttamento di individui o nazioni (pornografia, frode, corruzione e attività criminali);
- non deve essere stata coinvolta, negli ultimi tre anni, in una violazione di sanzioni delle Nazioni Unite;
- non più del 10% delle sue entrate annuali deve provenire dalla manifattura, vendita o distribuzione di alcool, tabacco o dal gioco d'azzardo (escluse le lotterie dello Stato);
- non deve essere stata dichiarata colpevole di abusi ambientali o gravemente implicata in problemi di inquinamento e degrado ambientale e non deve essere coinvolta nell'industria nucleare.

All'UNICEF si rivolgono tutte le tipologie di impresa, grandi aziende della distribuzione organizzata, dei servizi e della produzione, piccole e medie imprese, banche e istituzioni finanziarie. Il minimo comune denominatore tra queste aziende è la volontà di associare il proprio marchio a quello dell'UNICEF attraverso iniziative di varia natura che possono essere donazioni a carattere filantropico oppure iniziative di marketing (Cause Related Marketing) con ricadute in termini economici per una causa sociale e in termini di notorietà per le stesse aziende o per i loro marchi.

Nel 2006 il Comitato Italiano per l'UNICEF ha gestito **47 partnership** con aziende, per un valore complessivo pari a 3,4 milioni di euro (in calo rispetto ai circa 7 milioni di euro del 2005). Queste partnership sono suddivise in due grandi aree: Corporate Philantropy (1,3 milioni) e Cause Related Marketing (1,9 milioni). Da diversi anni anche numerosi Istituti di credito collaborano con l'UNICEF attraverso iniziative di raccolta fondi e sensibilizzazione della clientela attraverso la distribuzione di pieghevoli negli estratti conto inviati ai loro clienti e l'esposizione di locandine e pieghevoli presso le agenzie. Nel 2006 gli istituti bancari hanno permesso di raccogliere 318.000 euro (704.000 euro nel 2005).

Da un'attenta analisi dei dati si evince che, mentre i risultati ottenuti tramite le iniziative di Cause Related Marketing sono in linea con i risultati degli anni precedenti (1,9 milioni nel 2005, 1,9 milioni nel 2006), le iniziative di Corporate Philantropy (circa 4 milioni nel 2005, 1,3 milioni nel 2006) hanno subito una diminuzione considerevole. Il 2006 è stato un anno in cui si è verificata una maggiore offerta di partnership sul mercato italiano da parte di altre Ong, oltre all'assenza di attività di raccolta fondi della portata dell'emergenza tsunami del 2005.

Partnership	2003	2004	2005	2006
Numero	46	63	59	47
Valore complessivo (in migliaia di euro)	5.012	4.240	6.989	3.445

IKEA e UNICEF: una grande partnership internazionale

Un anno insieme per i diritti dei bambini

L'impegno sociale di IKEA, che interessa ogni area della sua attività, è coerente con i valori dell'UNICEF e la lunga collaborazione tra l'UNICEF e IKEA è un esempio di partnership "win-win" nella quale il successo dell'uno trascina e amplifica quello dell'altro, e viceversa.

IKEA ha idealmente dedicato il 2006 alla celebrazione dei 60 anni dell'UNICEF e al sostegno dei progetti "Diritto al gioco e all'istruzione" in Kirghizistan e "Vaccinazioni" nella Repubblica Democratica del Congo. A tal fine ha organizzato una campagna di informazione e di raccolta fondi attraverso la vendita di prodotti UNICEF e del DVD "L'Isola degli Smemorati" e la promozione dell'iniziativa "Eventi speciali". Ha inoltre donato all'UNICEF 1 euro per ogni Menù Bimbi venduto, a partire da settembre, e per ogni peluche venduto a dicembre.

A marzo ha partecipato a un viaggio sul campo in India per verificare lo stato di attuazione di un progetto congiunto di protezione sociale e prevenzione del lavoro minorile in 500 villaggi dell'Uttar Pradesh. Il viaggio ha permesso all'UNICEF di mostrare ai responsabili della CSR IKEA i progetti finanziati con i fondi raccolti e gli obiettivi che l'UNICEF si prefigge per combattere il lavoro minorile e la non scolarizzazione. Viceversa, IKEA ha illustrato all'UNICEF il processo di "produzione responsabile", di lotta al lavoro minorile, di controllo della catena di fornitura nell'Uttar Pradesh, la regione di maggior produzione di manufatti tessili.

2.7.1 Analisi delle collaborazioni tra il Comitato Italiano per l'UNICEF e le aziende

Le aziende che decidono di collaborare con l'UNICEF possono scegliere tra diverse modalità e coinvolgere i propri utenti, dipendenti e/o fornitori. In particolare possono:

- avviare una partnership per sostenere un progetto e/o un paese specifico;
- coprire i costi di un evento o un'iniziativa;
- sostituire il budget natalizio o la gadgettistica con donazioni;
- acquistare biglietti augurali o prodotti UNICEF;
- donare prodotti o servizi.

BENEFICI FISCALI PER LE AZIENDE

Le donazioni effettuate al Comitato Italiano per l'UNICEF godono di benefici fiscali, non cumulabili fra loro, nei limiti e alle condizioni previste dalle vigenti normative e prassi. In particolare:

- sono deducibili per un importo non superiore al 2% del reddito di impresa dichiarato le donazioni effettuate a favore del Comitato Italiano per l'UNICEF quale Ong;
- sono deducibili per un importo non superiore a 2.065,83 euro o al 2% del reddito di impresa dichiarato le donazioni effettuate a favore del Comitato Italiano per l'UNICEF quale Onlus;
- sono deducibili nel limite del 10% del reddito dichiarato fino a un massimo di 70.000 euro le donazioni effettuate con esclusione di quelle in contanti.

Tipi di partnership tra il Comitato Italiano per l'UNICEF e le aziende

- **Cause Related Marketing (CRM):** il logo UNICEF è associato a uno specifico prodotto o a una linea di prodotti o a un servizio fornito dall'azienda. La donazione all'UNICEF è rappresentata da una percentuale sulle vendite o da un importo predefinito. I consumatori sono coinvolti nel progetto di solidarietà poiché ogni loro acquisto genera una donazione ed essi ricevono comunicazioni sul progetto che stanno contribuendo a realizzare. L'iniziativa di CRM può essere comunicata al pubblico dall'azienda tramite il packaging del prodotto, nei punti vendita e con campagne di comunicazione mirate.
- **Corporate Philantropy:** donazioni da parte di aziende che non richiedono un immediato beneficio o ritorno in termini commerciali e di marketing. Obiettivo, in questi casi, è soprattutto quello di ottenere consenso o un riconoscimento di tipo interno alla propria azienda. Di questa categoria di partnership fanno parte le iniziative con i dipendenti in cui l'azienda decide di incoraggiare e anche raddoppiare i contributi offerti dai propri dipendenti. Anche le donazioni aziendali per le emergenze rientrano, per l'UNICEF, in questa definizione.
- **Joint promotion:** iniziativa congiunta in cui l'azienda si pone come intermediario verso i propri clienti mettendo a disposizione i propri canali per attività di raccolta fondi o di sensibilizzazione. In

questo tipo di partnership l'azienda non sostiene la causa attraverso un contributo economico diretto, ma offre la sua disponibilità a veicolare il messaggio per la raccolta fondi. L'azienda può scegliere se contribuire esclusivamente con la diffusione del messaggio o partecipare anche ai costi di produzione del materiale necessario.

- **Sponsorizzazione:** forma di partnership aziendale volta a coprire i costi delle iniziative o degli eventi che l'UNICEF organizza per sensibilizzare il pubblico sui diritti dell'infanzia e per raccogliere fondi a beneficio dei suoi programmi nei paesi in via di sviluppo. Il marchio dell'azienda donatrice compare in associazione (co-branding) con l'UNICEF su tutti i materiali di comunicazione realizzati per l'evento.
- **Raccolte punti:** iniziative di solidarietà legate alle carte fedeltà realizzate da un'azienda per i propri clienti. L'iniziativa prevede la possibilità, per il cliente, di rinunciare al tradizionale premio e di devolvere all'UNICEF i punti accumulati. L'azienda si impegna a versare all'UNICEF una donazione equivalente al valore del premio a cui il cliente ha rinunciato.
- **Donazioni di beni:** in alcuni casi l'UNICEF Italia può valutare la possibilità di ricevere da un'azienda consistenti donazioni di prodotti o servizi, purché di qualità certificata e strettamente funzionali alle necessità verificate dalla Supply Division, il magazzino di Copenaghen, che certifica la donazione del bene con un determinato valore.

2.7.2 Principali iniziative del 2006

Impresa	Tipologia di iniziativa	C/N*	Modalità	Progetto finanziato
Industrie Cartarie Tronchetti (Foxy)	Sponsorizzazione	C	Progetto Pigotta	Vaccinazioni
Il Rovere	CRM	C	Percentuale sulle vendite	Scuole in Angola
Glaxosmithkline (Aquafresh)	CRM	C	Percentuale sulle vendite spazzolino	Acqua in Angola
Vigili del Fuoco	Joint Promotion	C	Raccolta fondi nelle piazze	Emergenze dimenticate
Calendario Polizia	Joint Promotion	C	Ricavato della vendita Calendario 2006 in favore dell'UNICEF	RD Congo – Protezione infanzia
Diners Club	Raccolta punti	C	Raccolta punti	Acquisto latte terapeutico, quaderni, sali reidratanti
CartaSi	Raccolta punti	C	Raccolta punti	Vaccini antipolio
American Express	Raccolta punti	C	Raccolta punti	Lotta all'HIV/AIDS
Oto Research	CRM	C	Donazione per ogni indagine di mercato effettuata su sito web	Vaccinazioni
3M Italia	CRM	N	Percentuale sulle vendite prodotti a marchio Scotch Brite	Scolarizzazione bambine in Niger
Agos SpA	CRM	C	Percentuale vendita Carta di credito "Attiva UNICEF"	Vaccinazioni in RD Congo
Esselunga	CRM	N	Donazione attraverso carta fedeltà	Maternità sicura – kit di assistenza in India
Confesercenti	Joint Promotion	C	Raccolta fondi presso le sedi su tutto il territorio nazionale	Scuole in Angola
Giocagin UISP	Joint Promotion	C	Raccolta fondi nelle manifestazioni sportive per l'UNICEF	Lotta alla malnutrizione in Niger
Kodak Fujifilm Ferrania	CRM	C	Contributo per ogni apparecchio monouso	Vaccinazioni

			ritirato	
De Agostani	CRM	C	Percentuale sulle vendite	Progetti di istruzione
Novo Nordisk	Joint Promotion	C	Donazione	Bambini di strada in RD Congo
Mondo Home Entertainment Mondo TV Fondazione Corradi	CRM	C	Percentuale sulle vendite "Felix, il coniglietto giramondo"	Bambini orfani dell'AIDS
IKEA Italia	CRM	N	Percentuale sulle vendite alcuni prodotti	Diritto alla scuola e al gioco in Kirghizistan
Intersport Italia	CRM	C	Donazione per ogni calendario venduto ai punti vendita	Kit sport in scatola
Internet Bookshop Italia srl	Joint Promotion	N	Donazione sulle vendite on line	Lotta all'HIV/AIDS
Cecilor	CRM	C	Percentuale sulla raccolta oro dentale	Vaccinazioni in Sierra Leone

* "N" indica che è una nuova iniziativa del 2006; "C" indica che l'iniziativa era stata gestita anche nel 2005 e continua nel 2006. In questo secondo caso il progetto finanziato può essere variato rispetto all'anno precedente.

Esselunga per l'UNICEF

Nel 2006 Esselunga, da anni a fianco dell'UNICEF in importanti iniziative di raccolta fondi, ha sostenuto il progetto dell'UNICEF per combattere, con interventi mirati, la mortalità infantile nel distretto di Dibugarh (India) attraverso la donazione di 500 punti Fidaty da parte dei propri clienti – corrispondenti al valore di 5 euro, che Esselunga ha a sua volta raddoppiato, garantendo di destinare i 10 euro all'acquisto di Kit Parto. I donatori hanno ricevuto in omaggio una ciotola in terracotta che, nel mese di dicembre, è stata anche venduta ai clienti Esselunga, consentendo il proseguimento della partnership attraverso la donazione di 50 centesimi per ogni ciotola venduta a favore del progetto UNICEF sulla maternità sicura in India. Grazie a questa partnership, l'UNICEF ha potuto destinare oltre 300.000 euro per garantire un parto sicuro alle mamme e ai loro bambini.

Novo Nordisk per i bambini di strada della Repubblica Democratica del Congo

Dal 2004 la Novo Nordisk sostiene il progetto dedicato ai bambini di strada della Repubblica Democratica del Congo (*sheguè*) attraverso una donazione annuale di 25.000 euro. In particolare, nel 2006 l'attività dell'azienda a sostegno dell'UNICEF ha avuto come tema principale lo sport e il ruolo che ricopre nel recupero e nella socializzazione dei bambini e che ha dato vita all'iniziativa "Un tetto per gli *sheguè*". L'azienda ha coinvolto nel progetto i centri italiani di diabetologia pediatrica che hanno invitato i bambini a realizzare disegni dedicati al tema dello sport nella vita di un bambino diabetico.

ING per l'istruzione dei bambini

ING ha siglato una partnership triennale – Chances for Children – che permetterà a 50.000 bambini di andare a scuola entro il 2007; tra il 21 luglio e il 20 agosto ha organizzato il Tour Arancio 2006 nel quale ha promosso attività informative e di raccolta fondi per l'UNICEF e, sempre nei mesi di luglio e agosto, ha invitato i propri clienti a effettuare donazioni on line attraverso un banner sulla home page del proprio sito.

Prodotti e biglietti augurali: la collezione per le aziende

Le aziende rappresentano circa la metà della raccolta fondi realizzata attraverso la cessione di biglietti augurali e oggetti regalo. Sono circa 20.000 le aziende che ogni anno scelgono l'UNICEF per i loro auguri e regali di Natale. Anche nel 2006 è stata proposta l'iniziativa "azienda messaggera dell'UNICEF", con la possibilità di ospitare sui propri biglietti augurali un messaggio ispirato al sessantesimo anniversario dell'UNICEF allo scopo di sensibilizzare i destinatari sui diritti dell'infanzia. L'importanza di internet cresce anche nel segmento delle aziende: il 2006 registra,

infatti, un aumento sia della cessione di biglietti e prodotti attraverso questo canale sia dei biglietti elettronici.

Prodotti e biglietti augurali – aziende	2003	2004	2005	2006
Fondi raccolti per cessione prodotti e biglietti ad aziende (in migliaia di euro)	7.178	7.071	6.810	6.893

Due iniziative particolari:

- Foxy ha dato in omaggio le tazze e le magliette dell'UNICEF a coloro che hanno partecipato a una raccolta punti;
- Euronics nel mese di dicembre ha dato in omaggio i biglietti augurali UNICEF a circa 250.000 suoi clienti.

Natale Aziende

L'iniziativa prevede la donazione all'UNICEF della somma che le aziende normalmente stanziavano per i tradizionali regali a dipendenti, clienti e fornitori in occasione del Natale.

Il regalo viene sostituito da una lettera di auguri, a firma del Presidente dell'UNICEF, che rende partecipi i destinatari del gesto di solidarietà dell'azienda partner.

Il valore minimo della donazione è 150 euro, che corrisponde a 25 messaggi augurali.

Nel 2006 le donazioni provenienti dall'iniziativa Natale Aziende sono scese dell'11%, sia a causa della diminuzione della donazione media per azienda partecipante, probabilmente dovuta alla congiuntura economica, sia per il fatto che l'iniziativa è stata ripresa da molti altri organismi non profit.

Natale Aziende	2004	2005	2006
Numero aziende aderenti	1.142	1.155	1.077
Fondi raccolti (in migliaia di euro)	1.347	1.080	980

Concorsi a premi

È possibile sostenere l'UNICEF indicandolo come beneficiario dei premi non ritirati dai vincitori di concorsi a premi aziendali.

Donazioni on line

I professionisti con partita IVA e le aziende possono scegliere di sostenere l'UNICEF attraverso donazioni on line, destinando l'importo dell'offerta a una delle campagne di emergenza o a determinati paesi, oppure lasciando all'UNICEF la scelta di gestire la somma donata in base alle necessità del momento.

Donazioni dei dipendenti

Con questa modalità di partnership l'azienda si fa portavoce nel raccogliere le offerte dei dipendenti, che scelgono di donare all'UNICEF una somma mensile, oppure una o più ore di permesso retribuito, il cui importo corrispondente viene trattenuto direttamente in busta paga.

Inoltre l'azienda, per accrescere il significato del progetto e comunicare un senso di condivisione degli impegni, può scegliere di raddoppiare l'importo della donazione in favore dell'UNICEF.

Istituti di credito

Le possibili iniziative di collaborazione con gli istituti di credito sono:

- esposizione di pieghevoli e locandine presso gli sportelli bancari;
- vendita di prodotti e biglietti augurali presso le filiali;
- inserimento di messaggi negli estratti conto;
- utilizzo del sistema di Home Banking: la Banca può offrire al cliente che utilizza il servizio di Home Banking la possibilità di effettuare una donazione a favore dell'UNICEF tramite diverse modalità;
- esposizione di pieghevoli informativi sulla possibilità di inserire l'UNICEF come beneficiario nelle polizze vita.

Capitalia a favore della Campagna "Sali reidratanti"

Nel 2006 il gruppo bancario Capitalia ha aderito all'iniziativa congiunta UNICEF-ABI (Associazione Bancaria Italiana) a supporto della campagna UNICEF "Sali Reidratanti". Le filiali di Banca di Roma, Banco di Sicilia e BIPOP Carire hanno, infatti, ospitato un espositore dotato di pieghevoli che invitavano la clientela a fare una donazione, tramite bonifico bancario, destinando l'importo all'acquisto delle bustine di sali. L'iniziativa proseguirà nel 2007.

Negli ultimi venti anni, grazie alle bustine dei sali reidratanti – distribuite soprattutto in situazioni di emergenza – e al sostegno dei donatori, l'UNICEF è riuscito a ridurre di oltre la metà i decessi infantili per disidratazione provocata da malattie e infezioni intestinali.

2.7.3 Iniziative e progetti con le fondazioni e altre associazioni

Sono numerose le fondazioni, sia bancarie che private, e le associazioni che collaborano alle attività di raccolta fondi e di sensibilizzazione del Comitato Italiano. Tra le iniziative sviluppate nel corso del 2006 meritano di essere ricordate:

- la Fondazione Monte dei Paschi di Siena ha donato al Comitato Italiano un contributo di 100.000 euro a sostegno del progetto "Lotta alla mortalità infantile in India";
- l'Associazione Bancaria Italiana (ABI) ha rinnovato anche nel 2006 il proprio impegno invitando tutte le banche italiane a sostenere le attività dell'UNICEF attraverso le diverse proposte;
- la Confesercenti ha organizzato una raccolta fondi nelle proprie sedi regionali e provinciali a sostegno del progetto "Scuole in Angola";
- molti CAF hanno scelto di consigliare l'UNICEF per la scelta di destinazione del 5 per mille (cfr. paragrafo 2.5.3).

2.7.4 I fornitori

Il rapporto del Comitato Italiano per l'UNICEF con i fornitori si basa sia su criteri economici e di qualità del servizio, sia su considerazioni e monitoraggi a salvaguardia delle finalità del Comitato. In particolare non vengono instaurati rapporti con fornitori che risultino direttamente o indirettamente implicati con ditte che fabbricano prodotti contrari alla missione dell'UNICEF o comunque lesivi dei diritti dei bambini e delle bambine.

Tutti i contratti di fornitura di servizi periodici (pulizia, assistenza software e hardware, manutenzione impianti, ecc.) sono di durata massima annuale e prevedono la possibilità di recesso anticipata in qualsiasi momento. I fornitori cosiddetti "abituali" vengono monitorati almeno due volte l'anno e sottoposti a verifica meticolosa dei prezzi e delle tariffe applicate fino alle nuove gare per l'assegnazione della fornitura.

L'Ufficio Acquisti accoglie le richieste di acquisto di beni e servizi da parte delle diverse Direzioni e promuove gare di assegnazione tra più aziende (minimo tre partecipanti).

L'UNICEF applica a tutti i suoi prodotti i più alti standard internazionali di responsabilità sociale, acquisto etico, sicurezza e rispetto delle normative. L'impegno dell'UNICEF è quello di garantire che i fornitori rispettino i principi del Global Compact delle Nazioni Unite⁷, fondati su valori imprescindibili relativi a diritti umani, dignità del lavoro con speciale attenzione al problema del lavoro minorile, rispetto dell'ambiente e lotta alla corruzione. I fornitori sono controllati da un'agenzia esterna di monitoraggio, che sistematicamente verifica il rispetto di tali principi, testa i prodotti ed effettua controlli di qualità in loco.

Nella selezione degli articoli di artigianato vengono coinvolti solo partner seriamente impegnati nel migliorare le condizioni di vita della comunità locale, e che rispondano ai requisiti sociali, etici e di sicurezza richiesti dall'UNICEF.

⁷ www.globalcompactitalia.org

2.8 LA COLLETTIVITÀ

Il Comitato Italiano per l'UNICEF è impegnato in una attività continua di dialogo e di comunicazione con l'opinione pubblica, al fine di fornire basi informative attraverso le quali migliorare la consapevolezza dei cittadini e permettere loro di esprimere valutazioni ed effettuare proprie scelte in merito a fatti ed eventi nazionali e internazionali.

Per fare questo il Comitato si avvale dei mezzi più idonei e nel 2006 ha intensificato e consolidato i rapporti con i media, con il mondo dello sport e le iniziative editoriali.

“PREMIO UNICEF 2000 - DALLA PARTE DEI BAMBINI” – EDIZIONE 2006

Nel 1999, in occasione del primo decennale della Convenzione sui diritti dell'infanzia, il Comitato Italiano per l'UNICEF ha istituito il “Premio UNICEF 2000 – Dalla parte dei bambini”, come riconoscimento a chi si è particolarmente distinto nella difesa dei diritti dell'infanzia, siano essi organizzazioni o individui.

Il Premio, rappresentato da una scultura in bronzo creata da Arnaldo Pomodoro e realizzato grazie al contributo della Banca Monte dei Paschi di Siena, è assegnato dal Comitato d'onore, coordinato dal Comitato Italiano e composto da esponenti della cultura e personalità di alto valore morale, vicini agli ideali e alla missione dell'UNICEF.

Nell'edizione 2006 il Premio è stato assegnato a José Antonio Abreu, professore esecutore e maestro compositore della Scuola superiore di musica “José Angel Lamas” di Caracas (Venezuela), per aver dedicato la sua vita alla tutela dell'infanzia e dell'adolescenza e per essersi distinto nelle attività di recupero, attraverso la musica, di ragazzi in situazioni di grave disagio.

2.8.1 Media

Il dialogo del Comitato Italiano con i media è fondamentale per comunicare la missione e l'attività svolta, sia in termini di *advocacy* che di raccolta fondi, portando all'attenzione dell'opinione pubblica italiana come l'UNICEF lavora, come impiega le sue risorse in concreto, “con quali uomini e quali mezzi” attua i programmi fondamentali per i bambini nei paesi in cui opera;

Il rapporto con i media comprende tutte le attività e le iniziative legate all'**ufficio stampa** e alle **relazioni con i media**, compresi i settori fotografico e audiovisivo e le promozioni con i programmi radio e tv. L'attività ordinaria di ufficio stampa segue gli eventi e le scadenze dell'UNICEF internazionale e del Comitato Italiano, nonché le campagne di emergenza, per loro natura non prevedibili; anche a livello locale i Comitati Provinciali per l'UNICEF lavorano attivamente con i media.

Nella tabella che segue viene riportato un elenco dei media che hanno collaborato con il Comitato Italiano, sostenendone gli appelli, dedicando spazi gratuiti o trasmettendo servizi di informazione sull'UNICEF.

L'UNICEF Italia fa anche parte del Comitato editoriale di VITA - Non profit Magazine.

TELEVISIONI	
Rai	Tg1, Speciale Tg1, Tg2, Tg3, Uno Mattina, Un posto al Sole, Cominciamo bene Che tempo che fa, Cominciamo bene... prima, Geo & Geo, Speciale Parlamento, Affari tuoi, La Vita in diretta, GT Ragazzi, Domenica In, Sabato, Domenica &..., CD live, Trebisonda, Sabato Sprint, La Domenica Sportiva, Dribbling, Racconti di vita, Per un pugno di libri, Ambiente Italia, Oltre moda, Raisport Buonotte Torino, Occhio alla spesa, Cominciamo bene estate, La storia siamo noi, Rai news 24, Raiutile, RAI Televideo, RAI International
Mediaset	Tg4, Tg5, Studio Aperto, Le Iene, Uomini e donne, Amici, Striscia la Notizia, Sipario, Passaparola, Campioni, Guida al Campionato, Domenica Stadio, Controcampo, Forum, Ultimo minuto, Studio Sport
La7	TG La7, Omnibus, La Sette Sport, Il Processo del Lunedì, Markette

Sky	SkyTG 24, Miaeconomia, Sport 1, FAD
AdnKronos video	Con il programma "Rotocalco" trasmette su oltre 120 TV locali di tutta Italia
Altre	MTV Italia (Tg flash, Loveline, TRL), All Music, Euronews, Odeon TV, Rete A, ReteNews, 7 Gold e tante regionali e locali
RADIO	
Radio RAI	Giornale Radio 1-2-3, Zapping, Il baco del Millennio, Baobab, Fahrenheit, Istruzioni per l'uso, Pianeta Dimenticato
Principali networks nazionali	Radio 24-Il sole 24 ore, Radio DeeJay, Radio Capital, Radio Latte e Miele, Radio Vaticana, Radio In blu, RTL 102.5, Radio Dimensione Suono Network, Radio Italia Solo Musica Italiana, R 101, Ecoradio, Radio Popolare, Kiss Kiss Network, Radio 105, Radio Montecarlo, più molte radio regionali e locali
AGENZIE	
ANSA, AdnKronos, ASCA, AGR, GRT, AREA, SIR, Reuters, AP com, AISE, AGI, AGL, Redattore sociale, Astro9colonne, Misna, Ag Global Press e altre	
SITI WEB	
Tutti i principali, tra i quali: Rai, Agi, Ansa, Il Messaggero, Corriere (della Sera), Repubblica, Yahoo!, Virgilio, Libero, Gazzetta (dello Sport), Panorama, Tg Com, Tg5, Vita	
QUOTIDIANI SETTIMANALI/MENSILI	
Molti quotidiani e periodici hanno dedicato servizi di approfondimento: tra questi: "La Repubblica" (servizio su farmaci e AIDS e sull'emergenza Libano), "Venerdì di Repubblica" (servizio sul film "All the invisible Children"), "Famiglia Cristiana" (reportage su viaggio sul campo di Bolle), "Vita" (inserto speciale sugli Obiettivi di sviluppo del Millennio), Il "Sole 24 ore" (scheda sul Bilancio Sociale 2006), "Il Messaggero" (servizio sul rapporto UNICEF), "Io Donna-Corriere della Sera" (focus su AIDS)	

2.8.2 Presenza dell'UNICEF sui media

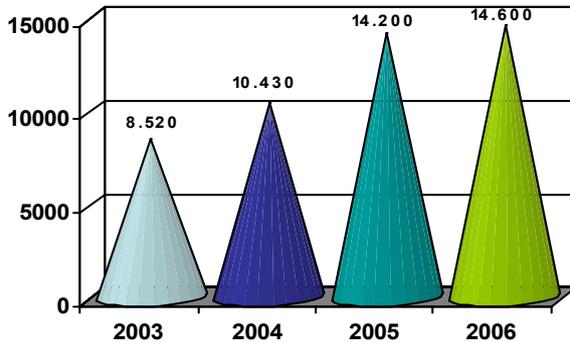
Nel 2006 il Comitato Italiano ha lavorato per consolidare i positivi risultati ottenuti nel corso del 2005, anno caratterizzato da una copertura media straordinaria dovuta al manifestarsi di alcune emergenze (tsunami, Pakistan) che fortunatamente non si sono verificate nel 2006. L'unica emergenza che ha riscosso una forte attenzione da parte dei media è stata la crisi in Libano che si è verificata in estate.

Dal punto della visibilità sui media (tv, radio, carta stampata, siti web) i risultati ottenuti nel 2006 sono stati positivi.

Presenza dell'UNICEF sui media	2003	2004	2005	2006	Δ % rispetto 2005
Numero di presenze sui media nazionali	8.520	10.430	14.200	14.600	2,8%

PASSAGGI DEGLI SPOT DELL'UNICEF	2003	2004	2005	2006
Spot gratuiti per media nazionali				
Su TV nazionali generaliste	176	201	382	370
Su Radio nazionali	441	565	871	567
Spot tv satellitari				1.630
Passaggi di appelli/banner su TV nazionali x campagne pro-sms				200

COPERTURA MEDIA COMPESSIVA



Nota – Il grafico rappresenta il numero complessivo di articoli/passaggi su giornali, tv, siti web e radio nazionali con contenuti sia di pura informazione su attività nazionali e internazionali dell'UNICEF sia di informazione a sostegno delle attività di raccolta fondi e *advocacy*. Fonti: rassegna stampa interna, Ecovideo, Agenzia informazione stampa, Presstoday.

Gli spot televisivi, i passaggi di appelli e i banner sono stati trasmessi gratuitamente da RAI (grazie al sostegno del Segretariato Sociale RAI e da RAI Sport), Mediaset (grazie a "Comunicazione sociale" e Mediafriends), La7, MTV, All Music, Sky e altri canali satellitari (tra cui Music Box, Jetix). Va inoltre segnalato

che, nel corso dell'anno, oltre 187 tv locali e 182 radio locali hanno mandato in onda spot, messaggi promozionali e appelli di raccolta fondi su varie iniziative e campagne.

Sul piano dei reportage qualitativi e di approfondimento, anche nel 2006 si registra un aumento (da 72 nel 2005 a 78 nel 2006) della copertura, definita in termini di numero di reportage prodotti da radio e televisioni e da quotidiani e periodici.

Il 20 novembre con RAI 3

Una novità del 2006 è rappresentata dalla copertura stampa e tv sulla campagna AIDS e le iniziative intorno al 20 novembre 2006, con la realizzazione da parte di RAI 3 di una "giornata speciale" dedicata all'UNICEF. Rai 3 ha infatti dedicato la programmazione della giornata ai diritti dell'infanzia e all'UNICEF, iniziando con "Cominciamo bene", proseguendo con "Trebisonda", "Gt Ragazzi" e "Geo e Geo", che ha dedicato la puntata al tema dell'HIV/AIDS e trasmesso il video del viaggio sul campo di Alessio Boni in Malawi e Mozambico.

Durante la giornata è stato trasmesso *Sulle ali dei gabbiani - L'isola va in città* (lanciato anche come VHS e DVD), il nuovo cartone animato, tratto da un racconto appositamente scritto da Bianca Pitzorno; il cartone è stato realizzato in collaborazione con Fondazione Corradi, Mondo Tv, Mondo HE. Molti i personaggi noti amici dell'UNICEF che hanno prestato la loro voce per sostenere l'iniziativa.

Speciale La 7: "Cadeau... regalami un sorriso" – uno speciale di 45 minuti, in onda il 24 dicembre, dedicato alla missione UNICEF in Benin, alla quale ha partecipato una delegazione italiana di volontari. Lo scopo della missione era quello di verificare i risultati ottenuti dai progetti attuati dall'UNICEF e dai suoi partner (Ong internazionali laiche e cattoliche e associazioni locali) nel campo della salute, dell'istruzione, dell'uguaglianza e della protezione del bambino.

PRINCIPALI CAMPAGNE MEDIA del 2006

Titolo	Descrizione
SMS Sudan	In occasione delle Olimpiadi invernali di Torino 2006, il Comitato Italiano ha lanciato una campagna di sensibilizzazione e di raccolta fondi per vaccinare migliaia di bambini in Sudan. La campagna, sostenuta dal Comitato organizzatore dei XX Giochi olimpici invernali di Torino 2006 (TOROC), ha permesso di raccogliere, attraverso l'invio di sms, oltre 380.000 euro in poche settimane (23 gennaio-28 febbraio 2006), fondi utilizzati per vaccinare migliaia di bambini nel Sudan meridionale. Molte testate, in particolare RAI Sport, hanno promosso la campagna.
Rapporto ONU sulla violenza sui bambini	Presentato congiuntamente da ONU, UNICEF e OMS a Roma in una conferenza stampa con i ministri Ferrero e Bindi; hanno seguito l'evento 45 testate giornalistiche.
Emergenza Libano	La campagna di raccolta fondi e sensibilizzazione "Emergenza Libano" lanciata nell'estate 2006 ha avuto il sostegno di oltre 40 testate, tra cui Repubblica, L'Unità, Il Messaggero, Corriere della sera, Il Mattino, Liberazione, Il Venerdì di

Repubblica, Chi, Visto, Tg1 Rai, Tg5, Sky Tg 24.
--

Nel 2006, infine, è stata rafforzata e differenziata la gamma di materiali audiovisivi disponibili, attraverso l'utilizzo di nuovi software e di una postazione computer dedicata che consente di scaricare e lavorare direttamente i materiali messi a disposizione dall'UNICEF internazionale.

È stata aumentata la disponibilità di materiale fotografico, anche attraverso la realizzazione di mostre fotografiche; nel 2006 sono state realizzate mostre fotografiche sui 60 anni dell'UNICEF, sulle emergenze e su "Adottiamo un progetto: Bangladesh".

Molti i video realizzati nel corso dell'anno, ripresi e trasmessi durante vari programmi televisivi a livello nazionale e locale, che hanno documentato sia crisi o emergenze internazionali (ad esempio: Corno d'Africa, Medio Oriente), sia iniziative specifiche (come la Coppa del mondo FIFA 2006 o la campagna AIDS).

2.8.3 Mondo del cinema

Il cinema costituisce per il Comitato Italiano un ulteriore canale di comunicazione dell'attività di *advocacy*, canale che sta diventando sempre più strategico per l'organizzazione, grazie alle iniziative intraprese e alla significatività dei messaggi che riesce a trasmettere verso l'opinione pubblica. Per questo il Comitato ha promosso una serie di iniziative in collaborazione con il mondo del cinema.

Cartoons on the Bay

Nel 2006 è stata realizzata la X edizione del Festival Internazionale dell'Animazione Televisiva Cartoons on the Bay, promosso e realizzato da RAI Trade con il patrocinio del Comitato Italiano per l'UNICEF a Positano. Da dieci anni la manifestazione propone al pubblico e agli addetti ai lavori il meglio della produzione televisiva internazionale dell'anno, diverse anteprime cinematografiche e un concorso. Dal 2004, grazie al sostegno dell'Assessorato al Turismo, Cultura, Tempo libero e Spettacolo della Campania è stato istituito anche un "Premio UNICEF – Regione Campania".

Cinema. Festa internazionale di Roma – sezione "Alice nella città"

Il Comitato Italiano ha rinnovato il suo impegno per il Festival di cinema e letteratura per ragazzi "Alice nella città", che si è tenuto per il quarto anno ed è stato inserito, nel 2006, all'interno della Festa internazionale del cinema di Roma. I 150 ragazzi coinvolti nella rassegna sono stati affiancati da 12 volontari-tutor UNICEF e hanno composto le 3 giurie – 2 cinematografiche e una letteraria – avendo così la possibilità di essere protagonisti di un percorso virtuoso tra cultura e diritti d'infanzia. La giuria letteraria – composta da 50 bambini tra gli 8 e i 13 anni – ha assegnato il Premio Ungari-UNICEF a *Nato straniero* di Janna Carioli "per aver trattato il tema dell'immigrazione e dell'integrazione con un linguaggio semplice ma efficace e un ritmo coinvolgente"; la giuria cinema Kinder 12 – composta da 50 ragazzi tra gli 8 e i 12 anni – ha premiato il cortometraggio *Celamy* di Julie Anne Meerschwan e il lungometraggio *Liscio* di Claudio Antonini "per la capacità di trasmettere il messaggio del diritto alla famiglia attraverso la realtà quotidiana"; la giuria cinema Young Adult – composta da 50 ragazzi di età compresa tra i 13 e i 17 anni – ha premiato il cortometraggio *Junito* di Cesar De Leon e il lungometraggio *Just Like the Son* di Morgan J. Freeman "per la molteplicità dei temi trattati, utilizzando come voce narrante il punto di vista del bambino".

Inoltre, nell'ambito della Festa del cinema, l'UNICEF è stato presente attraverso: la proiezione del film *Rosso come il cielo* di Cristiano Bortone, l'assegnazione della menzione speciale Ungari-UNICEF al regista francese Michel Ocelot, la presentazione del film-documentario *Il mondo addosso*, scritto e diretto da Costanza Quatriglio, promosso e sostenuto dal Comitato Italiano.

Mostra internazionale d'arte cinematografica di Venezia

Anche nel 2006 il Comitato Italiano è stato presente alla Mostra Internazionale d'Arte Cinematografica di Venezia con iniziative e appuntamenti. In particolare: tutte le sere al Palabiennale è stato trasmesso, in testa ai film in programmazione, il video dell'UNICEF "Bambini invisibili" dedicato ai bambini vittime di emergenze dimenticate, dal 4 al 9 settembre è stato allestito uno stand dedicato alle emergenze presso il Palazzo del Casinò e per tutta la durata della Mostra è stato attivato un punto informativo UNICEF presso l'Hotel Excelsior.

Per quanto riguarda gli "eventi", nell'ambito della 63° Mostra sono stati consegnati il "Leoncino d'Oro", il "premio Agiscuola" – assegnati da una giuria composta da 26 giovani provenienti da tutte le

regioni d'Italia – e la “Segnalazione Cinema for UNICEF”. Quest'ultima consiste in un riconoscimento del Comitato Italiano per l'UNICEF al film “che meglio trasmette i valori e gli ideali dell'UNICEF, dando voce e volto ai diritti dell'infanzia” e, nel 2006, è stata assegnata al film “Nuovomondo” di Emanuele Crialese. L'UNICEF, a seguito del Protocollo d'Intesa siglato nel 2005, ha collaborato attivamente con Agiscuola nella selezione della giuria veneziana.

PREMIO ALTA QUALITA' PER L'INFANZIA “IL GRILLO”

Il 14 Luglio 2006 ha avuto luogo la Seconda Edizione del Premio Alta Qualità per l'Infanzia “Il Grillo”, bandito dall'Associazione Culturale “Il Grillo” e promosso dal Consorzio Turistico Alta Badia, che ha stipulato una Convenzione con Rai Tre che prevede la messa in onda dell'evento, su rete nazionale (Rai Tre) e sul canale satellitare (Rai Sat Ragazzi), come speciale di “È Domenica papà”.

Il premio, patrocinato da Antoniano di Bologna, Comitato Italiano per l'UNICEF, Dipartimento di Scienze dell'Educazione dell'Università di Bologna e dell'Università La Sapienza di Roma, intende valorizzare la qualità dei prodotti di quei settori che si occupano dell'infanzia e, allo stesso tempo, diventare un appuntamento capace di segnalare a un pubblico vasto una selezione di prodotti che si contraddistinguono per l'impegno, l'innovazione e la creatività.

L'edizione del 2006 del premio ha previsto 6 sezioni: spot pubblicitari, l'infanzia nell'arte, teatro per ragazzi, libro per ragazzi, cartone animato, la scienza per ragazzi.

L'UNICEF apre le porte ai bambini: la prima Notte Bianca a Roma

Nel 2006, in occasione della Notte Bianca di Roma, è stata organizzata l'iniziativa speciale “La notte è piccola per noi: l'UNICEF apre le porte ai bambini”. La sede nazionale è stata aperta a bambini e adulti per un percorso giocoso sui diritti dell'infanzia attraverso laboratori, cinema e musica. La pace è stata il filo conduttore di tutte le attività in programma. Madrine d'eccezione della serata le *Goodwill Ambassador* Simona Marchini e Maria Rosario Omaggio che hanno letto le favole ai bambini.

2.8.4 Il sito internet del Comitato Italiano per l'UNICEF

Il 2006 è stato l'anno della entrata a regime del nuovo sito www.unicef.it, presentato a metà dicembre 2005. La nuova versione del sito ha ottenuto un riscontro molto positivo dal pubblico: sono stati, infatti, oltre 3,5 milioni gli utenti unici nell'anno solare, circa il quadruplo rispetto al 2005. La scelta di rendere il sito facilmente accessibile, che si traduce concretamente nell'offerta di contenuti (testi, immagini, video) perfettamente fruibili anche da utenti portatori di disabilità e nella compatibilità massima con tutti i programmi di navigazione esistenti, caratterizza il valore aggiunto di www.unicef.it, come testimoniato dai commenti ricevuti on line e in occasione di seminari pubblici (COM.P.A., Forum P.A., Congresso Nazionale di Ergonomia).

Dal punto di vista del contenuto informativo, il sito del Comitato Italiano per l'UNICEF si distingue per l'attenzione all'attività dell'*advocacy* (area Diritti dell'infanzia) e all'azione dell'UNICEF a tutti i livelli: da quello internazionale (“Dove lavoriamo”) a quello nazionale (“Chi siamo” e “Cosa facciamo”) e territoriale, con una crescente visibilità delle attività promosse dai Comitati locali.

Il sito dedica una sezione, introdotta con l'avvio della Campagna globale *Uniti per i bambini. Uniti contro l'AIDS*, al tema dell'HIV/AIDS in cui vengono riportate notizie e storie dal campo e proposti video italiani e internazionali.

Nel 2006 sono state sperimentate diverse forme di interattività che hanno permesso di realizzare un miglior servizio per gli utenti e un risparmio, in termini di risorse, per l'organizzazione. Tra le iniziative spiccano i form elettronici per l'invio del curriculum vitae (quasi 6.000 i CV acquisiti nel 2006), i form per l'iscrizione ai Corsi universitari dell'UNICEF e il concorso on line per vincere le “Pigotte Olimpiche” di Torino 2006 (oltre 5.000 partecipanti).

www.unicef.it svolge anche la funzione di collettore di donazioni spontanee on line; l'obiettivo futuro è quello di sviluppare tecniche di web marketing per coinvolgere più direttamente i donatori.

Nel 2006 l'importo complessivo delle donazioni on line è stato di 422.000 euro, registrando una sensibile flessione rispetto al 2005 (936.000 euro, di cui più della metà ottenuti per l'emergenza tsunami).

Il sito	2005	2006	Variazione %
Utenti unici / anno	915.290	3.582.375	+ 291%
Utenti unici / giorno	2.507	9.814	"
Pagine visitate / anno	4.925.000	7.073.526	+ 43%
Pagine visitate /giorno	13.493	19.379	"
Pagine web pubblicate	530	1.350	+ 154%

2.8.5 Attività culturali ed editoriali

Le pubblicazioni dell'UNICEF sono volte ad approfondire le tematiche relative all'infanzia e a far conoscere il lavoro dell'UNICEF in difesa dei diritti dei bambini e degli adolescenti. Tutto ciò che viene pubblicato va oltre il discorso editoriale stesso e risponde alla priorità di comunicare e promuovere i diritti dell'infanzia, raccontando quello che l'organizzazione fa per i diritti dei bambini e degli adolescenti nel mondo.

Tutta l'attività editoriale si propone, infatti, di sensibilizzare l'opinione pubblica, di coinvolgere le persone, di comunicare idee, problemi e soluzioni attraverso messaggi forti e concreti e un linguaggio semplice: un'informazione che rispetti i bambini e i ragazzi in ogni contesto e a qualunque latitudine. Per questo le attività editoriali del Comitato Italiano spaziano dal materiale divulgativo sulle problematiche dell'infanzia alle traduzioni italiane dei Rapporti e dei principali studi e ricerche dell'UNICEF internazionale, dalle proposte didattiche per gli educatori a monografie di approfondimento.

A cadenza fissa, vengono pubblicati rapporti e riviste, mentre monografie, approfondimenti e materiali divulgativi seguono una programmazione legata a eventi specifici, a campagne o ad attività destinate a determinati portatori di interesse. In particolare, le pubblicazioni:

- per l'*advocacy*, si propongono di sensibilizzare e informare sulla condizione dell'infanzia e sollecitare l'attenzione delle istituzioni, dei media e delle persone sui diritti dell'infanzia (es. rivista "il mondodomani", collana "temi", rapporti internazionali come "La condizione dell'infanzia nel mondo", ricerche dell'International Research Centre dell'UNICEF, monografie, ecc.);
- per l'educazione ai diritti, suggeriscono letture e analisi in una prospettiva globale dei diritti umani dedicate soprattutto a educatori, insegnanti e formatori, e offrire spunti di riflessione, proposte didattiche, strumenti di lavoro e di partecipazione (kit didattici come "Uniti per natura", collana "Io e l'altro");
- per la comunicazione dell'attività di raccolta fondi hanno un approccio divulgativo e spiegano quali sono e come vengono realizzati i progetti dell'UNICEF nei paesi in via di sviluppo e come è possibile investire concretamente per portarli a termine (rivista "Dalla parte dei bambini", brochure informative, ecc.).

"Il mondodomani" è la rivista bimestrale del Comitato Italiano che ne diffonde il ruolo, la voce e la partecipazione nella promozione dei diritti dell'infanzia in Italia, nonché il lavoro dell'organizzazione nei paesi in via di sviluppo; è dotata di ISSN (International Standard Serial Number), che ne consente l'identificazione e la ricerca nei cataloghi bibliografici.

Per meglio rispondere alla sua principale caratteristica di strumento di informazione/formazione e sensibilizzazione, nel 2006 "Il mondodomani" ha subito alcuni cambiamenti, sia in termini di *styling* che nei contenuti. Sono state, infatti, ampliate le sezioni di approfondimento delle tematiche inerenti i problemi dei paesi in via di sviluppo e dei diritti dell'infanzia nel mondo e lo spazio dedicato ai reportage fotografici dal campo e alle rubriche.

Per avviare questo percorso di miglioramento è stato chiesto, tramite questionario, il punto di vista dei lettori in merito agli argomenti e agli aspetti da trattare.

La rivista quadrimestrale "**Dalla parte dei bambini**" è dedicata ai sostenitori italiani dell'UNICEF e consente di fornire un'informazione frequente e puntuale sulle attività dell'UNICEF nel mondo e sulle iniziative di raccolta fondi; è anch'essa dotata di ISSN.

Negli ultimi anni, grazie anche alla preziosa collaborazione di esperti e "amici", il Comitato Italiano ha intrapreso nuove iniziative editoriali, come i libri per ragazzi. Un esempio è il progetto editoriale realizzato nel 2006 insieme a Bianca Pitzorno e a dodici scrittori e illustratori che hanno donato le

loro opere al Comitato Italiano e da cui è nato il volume *Pace libera tutti. Scrittori e illustratori per la pace*.

Inoltre, il Comitato continua a rivolgersi a un pubblico adulto, in particolare agli insegnanti, perché si facciano portavoce con i bambini e gli adolescenti dell'importanza di creare ponti culturali tra i ragazzi italiani e quelli che vivono nel resto del mondo in modo da valorizzare le diversità e l'inclusione attraverso un percorso educativo che favorisca la pace e il confronto.

LE PRINCIPALI NOVITÀ DEL 2006	DESCRIZIONE
Pace libera tutti. Scrittori e illustratori per la pace	Pubblicazione di 12 racconti e 12 illustrazioni donati all'UNICEF per parlare di pace – a bambine, bambini, ragazze e ragazzi – come opportunità reale e giocosa occasione di crescita. La prefazione è di Bianca Pitzorno
Commento generale n. 2	Il Comitato sui Diritti dell'Infanzia pubblica regolarmente commenti su questioni tematiche legate ai diritti dell'infanzia. Il Commento generale n. 2, approvato il 31 gennaio 2003, è dedicato al ruolo delle istituzioni nazionali indipendenti per i diritti umani in materia di promozione e protezione dei diritti dell'infanzia. Il Comitato Italiano per l'UNICEF ne ha curata la traduzione (non ufficiale) in italiano e la stampa nel mese di novembre 2006.
Commento generale n. 6	Il Commento generale n. 6, approvato il 3 giugno 2005, è dedicato alla protezione, alla cura e al trattamento dei bambini separati dalle proprie famiglie e non accompagnati, fuori dal loro paese d'origine. Il Comitato Italiano per l'UNICEF ne ha curata la traduzione (non ufficiale) in italiano e la stampa nel mese di settembre 2006.
CEDAW – Convenzione sull'eliminazione di tutte le forme di discriminazione nei confronti della donna	Pubblicazione della Convenzione, adottata dall'Assemblea generale delle Nazioni Unite il 18 dicembre 1979 che contiene i principi per adottare le misure necessarie a sopprimere ogni forma e manifestazione di discriminazione nei confronti della donna. Alla Convenzione si affianca un Protocollo opzionale che allinea la Convenzione agli altri strumenti sui diritti umani, prevedendo la possibilità di ricorso al Comitato per l'eliminazione delle forme di discriminazione nei confronti della donna, nel caso di violazione dei diritti.
Rapporto delle Nazioni Unite sulla violenza sui minori	Primo rapporto onnicomprensivo sul fenomeno degli abusi contro i minori, che ne evidenzia anche le cause, i rischi e le modalità di tutela delle vittime di abusi. Lo studio, coordinato da Paulo Sergio Pinheiro già Segretario di Stato per i Diritti Umani in Brasile e dal 1990 direttore del "Centro di Studi sulla Violenza", affronta la problematica della violenza analizzando i diversi contesti sociali dove si svolge la vita del bambino e nei quali dovrebbero trovare applicazione i suoi diritti. L'edizione italiana è curata dal Comitato Italiano per l'UNICEF.
Convenzione europea sull'esercizio dei diritti dei minori, detta "Convenzione di Strasburgo"	Il testo integrale tradotto della Convenzione Europea sull'esercizio dei diritti dei minori, adottata dal Consiglio d'Europa il 25 gennaio 1996 ed entrata in vigore il 1° luglio 2000, è stato stampato a cura del Comitato Italiano per l'UNICEF nel mese di maggio 2006. La traduzione, non ufficiale, riprodotta nel testo, è quella pubblicata sulla Gazzetta Ufficiale n. 91, Serie generale del 18 aprile 2003.
Rapporto UNICEF "La condizione dell'infanzia nel mondo 2007":	Pubblicazione, dal titolo "Donne e bambini. Il doppio vantaggio dell'uguaglianza di genere", che dimostra che l'uguaglianza di genere ha il doppio vantaggio di produrre benefici sia per le donne che per i bambini e ha una funzione cardine per la salute e lo sviluppo di famiglie, comunità e nazioni.

Le iniziative culturali e il Centro documentazione

Nell'ambito dell'attività editoriale il Comitato organizza e partecipa a iniziative culturali, come fiere e mostre.

Dal 25 al 28 marzo il Comitato Italiano ha partecipato alla **quarta edizione di Docet** – la rassegna fieristica dedicata al mondo della scuola, pubblica e privata, nel 2006 patrocinata dal Ministero dell'Istruzione, dal Ministero per i Beni e le Attività Culturali e dal Ministro per l'Innovazione e le Tecnologie – promossa dalla Fiera del Libro per Ragazzi di Bologna. La presenza dell'UNICEF a Docet è ormai consolidata e rappresenta un'occasione di incontro con insegnanti, bibliotecari, operatori dell'educazione e della formazione, funzionari e tecnici degli enti locali ai quali parlare delle attività dell'UNICEF.

Tra le iniziative organizzate in ambito fieristico, la più importante è stata la presentazione del libro *Pace libera tutti. Scrittori e illustratori per la pace*.

Nel 2006 è stata completata la fase di catalogazione e di collocazione di tutti i materiali per il **nuovo Centro documentazione** per la cui creazione era stata avviata, nel 2005, una collaborazione scientifica tra il Comitato Italiano per l'UNICEF e la Scuola Speciale per Archivisti e Bibliotecari dell'Università "La Sapienza" di Roma, con la partecipazione di personale afferente al Servizio Bibliotecario Nazionale (SBN). Grazie a questa collaborazione, la Biblioteca/il Centro di documentazione del Comitato Italiano per l'UNICEF è entrata a far parte del Polo "Università La Sapienza e Regione Lazio". Le biblioteche che partecipano a SBN sono infatti raggruppate in Poli locali costituiti da un insieme più o meno numeroso di biblioteche che gestiscono tutti i loro servizi con procedure automatizzate. Il catalogo del Centro documentazione UNICEF è accessibile on line attraverso il catalogo in linea (Opac) delle Biblioteche del Servizio Bibliotecario Nazionale.

A partire da ottobre fino alla fine dell'anno, il Centro è stato aperto al pubblico con cadenza bisettimanale e sono stati avviati i prestiti interbibliotecari.

2.8.6 Mondo dello sport

L'UNICEF riconosce il ruolo decisivo che le attività fisiche e sportive ricoprono nella vita dei bambini e dei ragazzi.

Il Comitato Italiano ha promosso anche quest'anno numerose iniziative che vengono realizzate in collaborazione con le organizzazioni sportive o promosse da personalità di spicco del mondo dello sport per sostenere le attività dell'UNICEF nel mondo e promuovere il rispetto dei diritti dei bambini. Al 31 dicembre 2006 gli accordi siglati tra il Comitato Italiano e i rappresentanti delle discipline sportive riguardano:

- la FIGC – Federazione Italiana Giuoco Calcio
- la FIH – Federazione Italiana Hockey
- la Federazione Italiana Rugby
- la Federazione Ginnastica d'Italia (nuovo accordo siglato il 1 luglio 2006).

Campagna sms solidale Olimpiadi di Torino 2006

In occasione delle Olimpiadi invernali di Torino 2006, il Comitato Italiano ha lanciato una campagna di sensibilizzazione e di raccolta fondi a favore dei bambini in Sudan che ha permesso, in poche settimane, di raccogliere, di raccogliere 530.000 euro (di cui 380.000 euro pervenuti e contabilizzati nel bilancio 2006 e 150.000 euro in attesa di erogazione) utilizzati per vaccinare migliaia di bambini nel Sudan meridionale. La campagna è stata sostenuta dal Comitato organizzatore dei XX Giochi olimpici invernali di Torino 2006 (TOROC).

Testimonial dell'iniziativa sono stati gli Ambasciatori Roberto Bolle, Deborah Compagnoni e Paolo Maldini e tanti altri personaggi noti al grande pubblico hanno sostenuto la campagna (Francesco Totti, Piero Gros, Luciana Littizzetto, Piero Chiambretti, Giorgio Rocca).

Totti e Maldini per la Campagna AIDS

Totti e Maldini sono stati i testimonial dell'iniziativa del 18-19 novembre, in cui il mondo del calcio è sceso in campo per la campagna *Uniti per i bambini. Uniti contro l'AIDS*; l'iniziativa è stata realizzata dal Comitato Italiano in collaborazione con la Federazione Italiana Giuoco Calcio-Settore Giovanile Scolastico e la Lega Italiana Giuoco Calcio.

Nel 2006 Maldini e Totti hanno prestato la propria voce a due granchietti del cartone animato "Sulle ali dei gabbiani – L'isola va in città", dando vita a un divertente duetto che è stato ripreso da tanti programmi televisivi. Maldini è stato anche tra i protagonisti degli spot a sostegno della Campagna.

“È ora di muoversi!”

Il Comitato Italiano e la Federazione Ginnastica d'Italia (FIGI) hanno siglato un Accordo di collaborazione nell'ambito del quale è stato avviato il progetto – in via sperimentale in 6 regioni italiane – “È ora di muoversi!”, ideato per impartire elementi cognitivi di motricità di base ai bambini delle scuole elementari e ispirato all'art. 31 della Convenzione sui diritti dell'infanzia. Agli alunni delle classi partecipanti è stato distribuito un poster riassuntivo di 5 esercizi e una funicella, la versione illustrata per bambini della Convenzione e del materiale informativo sulla necessità di svolgere movimento fisico per gli insegnanti e le famiglie.

Testimonial del progetto sono i due Campioni del Mondo, nelle rispettive discipline, Vanessa Ferrari e Francesco Totti.

CALENDARIO EVENTI 2006	DESCRIZIONE
Fuoriclasse Cup edizione 2006	Nel 2006 ha avuto luogo la IV edizione di Fuoriclasse Cup, il programma sportivo e didattico rivolto alle scuole, promosso dal settore Giovanile e Scolastico della FIGC in collaborazione con il Ministero della Pubblica Istruzione. Lo scopo dell'iniziativa è di comunicare l'impegno nell'educazione dei giovani attraverso lo sport. Nella quarta edizione sono state 52 le città presenti, 2.821 gli istituti coinvolti e circa 25.700 le classi partecipanti. Anche quest'anno il Comitato Italiano ha deciso di collaborare e di offrire le proprie proposte didattiche nella “Guida per gli insegnanti” del Kit di Fuoriclasse Cup.
Giocagin 2006: lo sport per tutti e tutti per l'UNICEF	Ha avuto luogo la XIX edizione della manifestazione organizzata dall'Unione Italiana Sport per tutti (UISP) per la raccolta fondi per due progetti per aiutare i bambini in Niger e in Palestina. La manifestazione è stata ospitata in 67 palazzetti dello sport (5 in più rispetto al 2005) e nelle ultime dodici edizioni ha consentito di raccogliere 572.781,58 euro.
Superfans-l'UNICEF team ai mondiali	In occasione dei Mondiali di calcio, l'UNICEF internazionale ha coinvolto Francesco Totti e altre star del calcio del calibro di David Beckham, Leo Messi, Didier Drogba, Hidetoshi Nakata, a fare parte dell'UNICEF Team - una squadra virtuale composta da campioni e giovanissimi dilettanti provenienti dai paesi più poveri, che rappresenta in un divertente ribaltamento di ruoli il più genuino spirito del calcio. Per questa iniziativa è stato realizzato uno spot televisivo da MTV.

PARTE TERZA: RENDICONTO ECONOMICO

Il Bilancio di Esercizio è stato sottoposto, come gli anni precedenti, a revisione contabile volontaria ed è stato "certificato" dalla Società Reconta Ernst & Young.

Nel 2006, sono stati effettuati investimenti significativi per la promozione del programma 5 per mille e il conseguente risultato economico (cospicuo, secondo le stime dell'Ufficio delle Entrate) sarà rendicontato soltanto nell'esercizio successivo, ovvero nel momento in cui avverrà il trasferimento della somma corrispondente alle preferenze espresse dai contribuenti italiani (cfr. par. 2.5.3)

Tutte le entrate del Comitato Italiano per l'UNICEF, al netto dei costi sostenuti, sono destinate al finanziamento dei programmi dell'UNICEF nei paesi dove opera. Il Comitato effettua i trasferimenti distinguendoli in tre diverse tipologie:

1. le risorse definite regolari che finanziano la realizzazione e le spese di gestione dei programmi di sviluppo in 156 paesi nel mondo approvati dal Consiglio esecutivo dell'UNICEF;
2. gli aiuti nelle situazioni di emergenza;
3. altri programmi specifici proposti dall'UNICEF ai donatori per sostenere determinati paesi che hanno bisogno di interventi mirati.

DESTINAZIONE FONDI TRASFERITI DAL COMITATO ITALIANO ALL'UNICEF INTERNAZIONALE (dati in migliaia di euro)	2003	2004	2005	variazione % 2004-2005	2006	variazione % 2005-2006
Programmi di sviluppo in 156 paesi	27.226	25.057	25.971	3,6%	23.866	-8,1%
Emergenze	5.342	9.216	17.111	85,7%	5.077	-70,3%
Programmi specifici	8.308	9.615	10.246	6,6%	8.552	-16,5%
Totale fondi trasferiti	40.876	43.888	53.328	21,5%	37.495	-29,7%

IL COMITATO ITALIANO PER L'UNICEF IN UNO SGUARDO (dati in migliaia di euro)	2003	2004	2005	2006	variazione % 2005-2006
Totale proventi	56.888	60.736	72.109	56.147	-22%
Totale oneri	15.677	15.955	18.048	18.953	5%
Trasferimento all'UNICEF	39.826	43.588	52.628	37.195	-29%
Trasferimento da fondi di emergenza	1.050	300	700	300	-57%
Totale trasferimenti	40.876	43.888	53.328	37.495	-30%
Accantonamenti a fondi*	1.385	1.193	1.433	-	

*Per emergenze e progetti UNICEF futuri

Secondo l'Accordo di Cooperazione tra l'UNICEF e i Comitati nazionali, questi ultimi possono trattenere parte delle entrate provenienti dalla cessione dei prodotti e dalle campagne di raccolta fondi per sostenere la copertura delle spese necessarie alla raccolta fondi, per le attività di promozione e altre iniziative e per i costi di gestione della struttura organizzativa⁸.

Nel 2006 il Comitato Italiano ha trasferito 37,5 milioni di euro (il 29,7% in meno rispetto al 2005), ovvero il 66,4% dei fondi raccolti. Questa percentuale però non tiene conto degli investimenti espressamente autorizzati dall'UNICEF per garantire lo sviluppo di attività di raccolta fondi e *advocacy* del Comitato negli anni a venire che, nel 2006, ammontano a 2,1 milioni di euro (pari al 4%).

La tabella che segue spiega il calcolo che determina i trasferimenti in base all'Accordo di Cooperazione.

⁸ La percentuale massima autorizzata dall'Accordo di Cooperazione per i costi di un Comitato nazionale è il 25% dei proventi istituzionali destinati all'UNICEF. Tutti i beni e le attrezzature dei Comitati nazionali appartengono all'UNICEF internazionale.

RITENUTE (dati in migliaia di euro)	2003	2004	2005	2006
Entrate istituzionali	54.859	58.529	70.050	54.118
Ritenuta operata dall'UNICEF Italia	-12.533	-12.291	-14.710	-14.863
Programma di sviluppo raccolta fondi	- 2. 500	- 2.650	- 2.712	-2.060
Totale risorse trattenute dall'UNICEF Italia	- 15.033	- 14.941	- 17.422	- 16.923
Trasferimento da fondi di emergenze all'UNICEF	1.050	300	700	300
Importo totale trasferimento all'UNICEF	40.876	43.888	53.328	37.495

3.1 EFFICIENZA GESTIONALE

L'efficienza gestionale del Comitato Italiano nel 2006 viene presentata in modo sintetico (ancorché non esaustivo) nel rapporto tra i fondi trasferiti all'UNICEF internazionale e il totale dei fondi raccolti. Nel caso del Comitato Italiano per l'UNICEF segue il dettaglio dell'indice di efficienza di alcune principali attività di raccolta fondi.

INDICI DI EFFICIENZA COMITATO ITALIANO PER L'UNICEF (dati percentuali)	2003	2004	2005	2006
Efficienza gestione generale	72,4	73,7	75,0	66
Efficienza gestione raccolta fondi presso donatori "attivi"	87,3	87,7	85,8	83
Efficienza gestione raccolta fondi presso aziende	90,5	85,3	91,1	84
Efficienza gestione raccolta fondi tramite prodotti	77,5	79,9	76,2	79
Efficienza gestione raccolta fondi per emergenza	75,2	99,1	97,5	95
Efficienza gestione raccolta fondi di altro tipo e per la ricerca di nuovi donatori	59,9	61,3	59,3	48

Dall'analisi dell'indicatore di efficienza gestione generale si evince che negli ultimi anni il Comitato ha registrato un incremento significativo nel rapporto proventi/oneri grazie a una attenta gestione delle risorse e una politica di continuo miglioramento delle performance.

Nel 2006 questa tendenza non è confermata. Infatti, dopo il picco di crescita dei proventi registrato nel 2005 dovuto all'impegno dei donatori a fronte delle emergenze umanitarie, si è verificata una diminuzione delle entrate e conseguentemente una flessione dell'indice di efficienza gestionale.

Va anche sottolineato che, secondo l'analisi storica dei dati, in una situazione di "non emergenza" gli oneri di raccolta fondi per ottenere dei risultati analoghi sono generalmente superiori del 30-35%.

Inoltre, nel 2006, sono stati effettuati investimenti cospicui per la promozione del programma 5 per mille il cui importante risultato economico di 5,9 milioni di euro verrà iscritto nell'esercizio successivo. Se fosse stato possibile conteggiarlo come risultato degli investimenti effettuati nel 2006 l'indice di efficienza sarebbe stato nettamente migliore.

Per ottenere una comprensione più approfondita delle attività del Comitato, l'indicatore generale va confrontato con gli indicatori di efficienza relativi a specifiche modalità di raccolta fondi destinati a supportare i programmi dell'UNICEF. Occorre infatti precisare che alcune tipologie di attività di raccolta sono molto onerose, ma vengono mantenute per avvicinare nuovi donatori e diffondere la conoscenza dei progetti UNICEF nazionali e internazionali.

3.2 ANALISI DELLE RISORSE RACCOLTE

La raccolta del Comitato Italiano si compone delle entrate istituzionali a favore dei progetti dell'UNICEF e di contributi finalizzati destinati specificamente al sostegno di costi di *advocacy* e di raccolta fondi. Le entrate istituzionali sono generate dall'attività di raccolta fondi svolta dal Comitato Italiano e sono costituite da:

- offerte dei donatori, sollecitate dall'invio di mailing, della rivista "Dalla parte dei bambini" e di materiale informativo;
- prodotti, che vengono proposti sia ai privati che alle aziende;
- lasciti testamentari, per i quali l'UNICEF ha sviluppato una campagna specifica;
- interessi attivi su depositi bancari e postali e su titoli.

RISORSE RACCOLTE (dati in migliaia di euro)	2003	2004	2005	Variazione % 2004-2005	2006	Variazione % 2005-2006
Offerte	35.492	40.966	50.059	22	34.922	-30%
Prodotti	13.541	13.479	13.074	-3	13.752	5%
Lasciti testamentari	5.094	3.542	6.246	76	4.788	-23%
Totale proventi da raccolta fondi	54.127	57.987	69.379	20	53.462	-23%
Proventi finanziari e proventi vari	732	543	671	24	656	-2%
Totale proventi istituzionali	54.859	58.530	70.050	20	54.118	-23%
Contributi finalizzati	2.029	2.127	1.782	-16	1.697	-5%
Contributi UNICEF per sviluppo raccolta fondi	0	79	277	251	332	20%
Totale generale risorse raccolte	56.888	60.736	72.109	19	56.147	-22%
Prelievo da fondi di emergenza	1.050	300	700	-	300	-57%
Totale risorse da utilizzare	57.938	61.036	72.809	19	56.447	-22%

I dati evidenziano un decremento delle offerte da parte dei donatori, che sono diminuite del 30% rispetto all'anno precedente.

La raccolta fondi tramite prodotti ha registrato un incremento (+5%) mentre un discorso diverso va fatto per i lasciti testamentari, il cui andamento è per sua natura irregolare e varia sia in relazione all'entità del lascito, che in funzione dei tempi di acquisizione. Nonostante una diminuzione del 23% rispetto all'esercizio precedente, per un valore pari a 1,5 milioni di euro, il risultato della campagna sui lasciti nel 2006 può essere considerato positivo.

3.2.1 I contributi finalizzati

I contributi finalizzati vengono integralmente trattenuti dal Comitato Italiano in quanto fondi versati da aziende, privati, amministrazioni locali, enti e fondazioni per la copertura di costi specifici che il Comitato Italiano per l'UNICEF sostiene per l'organizzazione di determinate iniziative o di servizi.

Oltre la metà dei contributi finalizzati viene utilizzata per la copertura delle spese relative alla distribuzione dei prodotti dell'UNICEF, come la personalizzazione dei biglietti augurali e le spese di spedizione. Un'altra parte viene erogata a sostegno di iniziative di promozione culturale su tutto il territorio nazionale. Si tratta di attività legate al mondo della scuola e dell'università e in genere delle iniziative per la promozione dei diritti dei bambini e degli adolescenti. Fa parte delle strategie del Comitato cercare di reperire le risorse per la copertura delle spese di *advocacy* attraverso contributi finalizzati.

CONTRIBUTI FINALIZZATI PER PROVENIENZA (dati in migliaia di euro)	2003	%	2004	%	2005	%	2006	%
Enti e fondazioni	619	31	381	17	443	22	535	26
Privati	292	14	341	16	271	13	210	11
Aziende	1.118	55	1.484	67	1.345	65	1.285	63
Totale	2.029	100	2.206	100	2.059	100	2.030	100

DESTINAZIONE DEI CONTRIBUTI	2003	%	2004	%	2005	%	2006	%
------------------------------------	-------------	----------	-------------	----------	-------------	----------	-------------	----------

FINALIZZATI (dati in migliaia di euro)								
Spedizioni e personalizzazione prodotti	1.013	50	1.024	47	1.132	55	1.128	55
Iniziativa Italia	638	31	510	23	329	16	277	14
Raccolta fondi	313	16	381	17	584	28	612	30
Struttura	65	3	291	13	14	1	13	1
Totale	2.029	100	2.206	100	2.059	100	2.030	100

3.3 UTILIZZO DELLE RISORSE RACCOLTE

Per quanto riguarda l'utilizzo delle risorse raccolte segue una tabella di dettaglio dalla quale è possibile comprendere non soltanto i trasferimenti effettuati all'UNICEF internazionale, ma anche il modo in cui vengono utilizzate le risorse trattenute dal Comitato Italiano per la gestione delle attività. Nel 2006 sono stati trasferiti all'UNICEF internazionale 37,5 milioni di euro. Complessivamente, le risorse destinate all'UNICEF internazionale sono pari al 66,4% del totale delle risorse raccolte.

UTILIZZO E DESTINAZIONE DELLE RISORSE (dati in migliaia di euro)	2003	2004	2005	2006
Trasferimento all'UNICEF di risorse raccolte nell'anno	39.826	43.588	52.628	37.195
Trasferimento all'UNICEF di fondi emergenza preesistenti	1.050	300	700	300
Totale trasferimenti all'UNICEF	40.876	43.888	53.328	37.495
Risorse accantonate a fondi di emergenza e progetti UNICEF futuri	1.385	1.193	1.434	0
Totale risorse destinate all'UNICEF	42.261	45.081	54.762	37.495
Risorse utilizzate per sostenere la raccolta fondi	8.557	8.101	9.964	10.571
Risorse attività di promozione dei diritti dell'infanzia e dell'adolescenza in Italia (<i>advocacy</i>)	633	748	618	558
Risorse utilizzate per gestione struttura generale e sostegno alle attività dei volontari dei Comitati locali	2.314	2.566	2.448	2.551
Dipendenti e collaboratori per attività di raccolta fondi	2.129	2.525	2.880	2.888
Dipendenti e collaboratori per attività di <i>advocacy</i>	618	720	818	825
Dipendenti e collaboratori per gestione struttura generale	1.426	1.295	1.319	1.560
Totale utilizzo e destinazione delle risorse	57.938	61.036	72.809	56.448

RIPARTIZIONE DELLE RISORSE IN % SUL TOTALE	2003	2004	2005	2006
Trasferimento all'UNICEF	70,5	71,9	73,2	66,4
Fondi di emergenza e progetti UNICEF futuri	2,4	2	2	0
Attività di promozione dei diritti dell'infanzia e dell'adolescenza in Italia (<i>advocacy</i>)	1,1	1,2	0,8	1
Struttura e costi di esercizio raccolta fondi	14,8	13,3	13,7	18,8
Struttura generale e Comitati locali	4	4,2	3,4	4,5
Dipendenti e collaboratori	7,2	7,4	6,9	9,3
Totale	100	100	100	100

Gli oneri complessivi delle attività di raccolta fondi sono stati 13,5 milioni di euro (12,8 del 2005): hanno, quindi, registrato un aumento del 4,6%. Tuttavia va evidenziato che nel 2006 la campagna "5 per mille" ha richiesto un forte investimento che verrà contabilizzato nell'esercizio 2007. È stato comunque attestato il successo che il Comitato Italiano per l'UNICEF ha ottenuto nell'iniziativa: è risultato primo nella scelte espresse dai contribuenti nell'elenco delle Onlus – 201.278 firme per un totale di 5,9 milioni di euro – e al secondo posto assoluto.

3.4 RISPETTO DELLA VOLONTÀ DEI DONATORI

Il Comitato Italiano si propone di rispettare la volontà del donatore nei casi in cui sceglie di destinare la propria offerta a programmi specifici (per i quali il Comitato ha stanziato nel 2006 il 23%) o per le emergenze (per le quali il Comitato ha destinato il 14% delle risorse trasferite all'UNICEF internazionale). Di seguito viene riportata una sintesi dei fondi trasferiti dal Comitato Italiano all'UNICEF internazionale per far fronte alle emergenze umanitarie del 2006.

Emergenze 2006	Causa	Interventi finanziati dal Comitato Italiano per l'UNICEF	Stanziamiento del Comitato Italiano per l'UNICEF
Emergenza Libano	Conflitto	Scuole e attività ricreative	300.000,00
Emergenza Pakistan	Terremoto	Recupero dal trauma, ricostruzione	408.009,55
Emergenza Sudan meridionale	Conflitto	Vaccinazioni	649.645,19
Emergenza Indonesia	Maremoto e terremoto 2006	Istruzione	438.671,73
Emergenza Eritrea	Siccità	Assistenza sanitaria e forniture idriche	340.767,08
Emergenze dimenticate	Conflitti, disastri naturali	Interventi di prima emergenza	171.606,36
Emergenza Corno d'Africa	Siccità	Assistenza sanitaria e forniture idriche	950.298,86
Emergenza Niger	Siccità	Nutrizione, forniture idriche	228.450,59
Emergenza Sudan Darfur	Conflitto	Istruzione, assistenza sanitaria, acqua, nutrizione	1.489.731,76
Totale trasferimenti per emergenze			5.077.181,12

Oltre alle emergenze, il Comitato Italiano propone ai donatori la possibilità di sostenere iniziative specifiche, "adottando" particolari programmi UNICEF in alcuni paesi. La tabella che segue riassume la destinazione dei fondi raccolti nel 2006 a progetti specifici.

Dettaglio destinazione fondi trasferiti all'UNICEF internazionale relativo ai programmi specifici in alcuni paesi (altre risorse)	
PROGETTI - Destinazione	Stanziamiento
LIBANO – Diritto alla scuola e al gioco	858.840,82
ANGOLA – Costruire scuole (Campagna "Scuole per l'Africa")	688.547,36
BANGLADESH – Istruzione per i bambini lavoratori	286.345,15
UFFICIO REGIONALE SUDEST ASIATICO – Programma protezione e lotta al traffico dei minori	150.000,00
CONGO RDC – Vaccinazioni	286.386,90
CONGO RDC – Istruzione	37.086,00
CONGO RDC – Centri per i bambini di strada	618.162,47
INDONESIA – Istruzione	682.027,72
ERITREA – Acqua ed educazione all'igiene nelle scuole	399.680,60
UFFICIO REGIONALE AFRICA ORIENTALE E MERIDIONALE – Lotta all'HIV/AIDS	200.000,00

GUINEA BISSAU – Protezione e lotta al traffico dei minori	221.815,03
GUINEA BISSAU – Lotta alla mortalità infantile	270.446,83
HAITI – Prevenzione delle emergenze naturali	592.488,59
INDIA – Lotta alla mortalità infantile nei Distretti di Dibrugarh e Nandurbar	1.055.747,70
KIRGHIZISTAN – Diritto alla scuola e al gioco nella Provincia di Batken	62.649,19
MALAWI – Lotta all'HIV/AIDS	475.946,66
MOZAMBICO – Protezione per gli orfani dell'AIDS.	417.440,56
TERRITORIO PALESTINESE OCCUPATO – Recupero psico-sociale dei traumi dovuti al conflitto	227.354,11
SIERRA LEONE – Lotta alla mortalità infantile e materna e ricostruzione della Maternità di Kono	489.968,03
NIGERIA – Lotta all'HIV/AIDS	300.000,00
TRASFERIMENTI PER ALTRI PROGETTI	230.742,54
TOTALE	8.551.676,26

3.4.1 Progetto Emilia Romagna per i bambini di strada della Repubblica Democratica del Congo

Nel 2006 è proseguita l'iniziativa dei Comitati Provinciali dell'Emilia Romagna che hanno "adottato" il progetto per la protezione dei bambini di strada e degli altri gruppi sociali vulnerabili nella Repubblica Democratica del Congo, al quale nell'anno sono stati trasferiti complessivamente 618.000 euro.

Il progetto di sostegno ai Centri di assistenza temporanea prevede programmi per la formazione del personale addetto alla protezione dell'infanzia, la realizzazione di studi di analisi delle cause sociali del fenomeno, l'organizzazione di campagne di sensibilizzazione comunitaria, l'attività di *advocacy* con le autorità congolese, la formazione degli operatori di polizia e della magistratura, lo sviluppo di una cornice legale per la protezione dell'infanzia. Obiettivo centrale del progetto è la riunificazione familiare dei bambini di strada.

Al 31 dicembre 2006 i risultati raggiunti sono:

- ricongiungimento familiare di 2.079 bambini di strada e riavvio di rapporti con le famiglie per altri 4.813 bambini;
- corsi di alfabetizzazione o di recupero scolastico per 2.539 bambini di strada;
- corsi di formazione professionale per 932 bambini di strada;
- inquadramento di 5.723 bambini di strada come referenti delle Ong partner, quali tramite tra l'UNICEF/Ong e i bambini di strada;
- identificazione di 7.963 bambini vittime d'esclusione ed emarginazione sociale;
- assistenza psico-sociale per oltre 20.000 tra donne e bambini vittime di violenza e discriminazione sociale;
- registrazione di oltre 274.000 bambini allo stato civile;
- formazione di 230 operatori sociali.

3.4.2 Progetto per aiutare i bambini vittime della guerra in Sudan

Il 2006 ha rappresentato per il Sudan un anno di grandi speranze e allo stesso tempo di grandi difficoltà. Un anno durante il quale l'UNICEF ha esteso sia gli interventi d'emergenza nel Darfur (nord del Sudan) sconvolto dalla guerra, sia i programmi d'assistenza alle popolazioni del Sudan meridionale.

Grazie al contributo dei donatori italiani, nel 2006 il Comitato Italiano ha sostenuto i programmi umanitari dell'UNICEF in Sudan rendendo disponibili risorse economiche fondamentali. La maggior parte dei fondi raccolti dal Comitato Italiano nel 2006 attraverso il progetto "Aiutiamo i bambini vittime della guerra in Sudan" (1.409.953 euro, pari a 1.691.944 dollari), sono stati utilizzati in ambito sanitario, nutrizionale e per l'istruzione. Tali fondi hanno inoltre contribuito agli altri interventi previsti

dal progetto: per l'acqua e l'igiene, la protezione dell'infanzia, l'assistenza alle popolazioni di ritorno nel Sud Sudan, gli interventi contro i pericoli delle mine, il disarmo, la smobilitazione e il reinserimento sociale degli ex bambini soldato.

3.4.3 Progetto per la ricostruzione delle scuole in Angola

Grazie ai donatori che hanno sostenuto il progetto "Acqua per le scuole in Angola", nel 2006 è stato raggiunto l'obiettivo di permettere a 15 scuole l'accesso ad acqua potabile, strutture igieniche adeguate ed effettuare nelle stesse scuole piccole riparazioni alle infrastrutture scolastiche. Allo stesso tempo il progetto si è posto l'obiettivo di promuovere l'educazione all'igiene e migliorare la gestione dei programmi di istruzione.

Facilitare l'accesso all'acqua potabile e ai servizi igienici per le 15 scuole primarie destinate ad assicurare accesso ad acqua pulita e un ambiente di apprendimento migliore per 9.000 bambini di 10 diverse comunità, incoraggiando coloro che se ne curano a rimandarli a scuola. 4 scuole si trovano nella località di Baia Farta (Provincia di Benguela), 5 a Porto Amboim (Provincia di Cuanza Sul), 3 nella città di Caala (Provincia di Huambo) e 3 a Tombwa (provincia di Namibe).

PERCHÉ SCEGLIERE L'UNICEF

Presenza capillare in tutto il territorio grazie alla rete dei Comitati locali dei volontari UNICEF (Cfr. paragrafo 1.7).

Capacità di lavorare in gruppo e **fare rete** con le altre associazioni sia a livello nazionale sia internazionale per la tutela dei diritti dei bambini (Cfr. paragrafo 2.3.1 e seguenti)

Successo del **5 per mille** che conferma la fiducia e il consenso dei cittadini italiani al Comitato Italiano per l'UNICEF (Cfr. paragrafo 2.5.3)

Gestione responsabile fondata su solide basi statutarie e su un capitale intellettuale composto da capitale umano, capitale organizzativo e capitale relazionale (Cfr. paragrafi 1.4, 1.5, 1.6)

A livello internazionale capacità di influire in termini di **rappresentanza**: essere agenzia delle Nazioni Unite permette all'UNICEF di dialogare ed essere partner privilegiato dei governi, nei programmi per l'infanzia e l'adolescenza (Cfr. paragrafo 2.3.1 e seguenti)

Obiettivi di miglioramento

Essendo il Bilancio Sociale espressione di un processo di miglioramento, la sua realizzazione permette al Comitato Italiano per l'UNICEF di individuare le azioni da porre in essere per sviluppare modalità sempre più responsabili e coerenti ai valori e alle missioni dell'organizzazione.

Per una corretta lettura degli obiettivi di miglioramento nel Bilancio Sociale è opportuno fare riferimento, innanzitutto, al disegno strategico del Comitato Italiano per l'UNICEF (Cfr. paragrafo 1.4). Gli obiettivi in esso riportati riguardano aspetti da migliorare, ma soprattutto nuove azioni di sviluppo per il futuro.

Tra le azioni di maggiore impegno e significato per UNICEF Italia va sottolineato il percorso di revisione della *governance* (Cfr. paragrafo 1.5), che rappresenta un momento delicato ma fondamentale per rispondere correttamente all'evoluzione della società in cui il Comitato opera e alle esigenze di partecipazione responsabile come presupposti fondamentali per dare concreto aiuto ai bisogni di bambini e adolescenti.

Reputazione e fiducia per il Comitato Italiano per l'UNICEF

La reputazione del Comitato Italiano gode di buona salute e a testimoniarlo sono due importanti riscontri:

- il successo nella raccolta di adesione del 5 per mille⁹
- una indagine condotta dalla DOXA¹⁰ nel 2006

⁹ Secondo l'Agenzia delle Entrate il Comitato Italiano per l'UNICEF è al primo posto tra le Onlus con 235.311 scelte e al secondo posto assoluto se si considerano tutte e quattro le categorie, dopo l'Associazione Italiana Ricerca Cancro (AIRC) inserita nella ricerca scientifica, con 727.868 scelte.

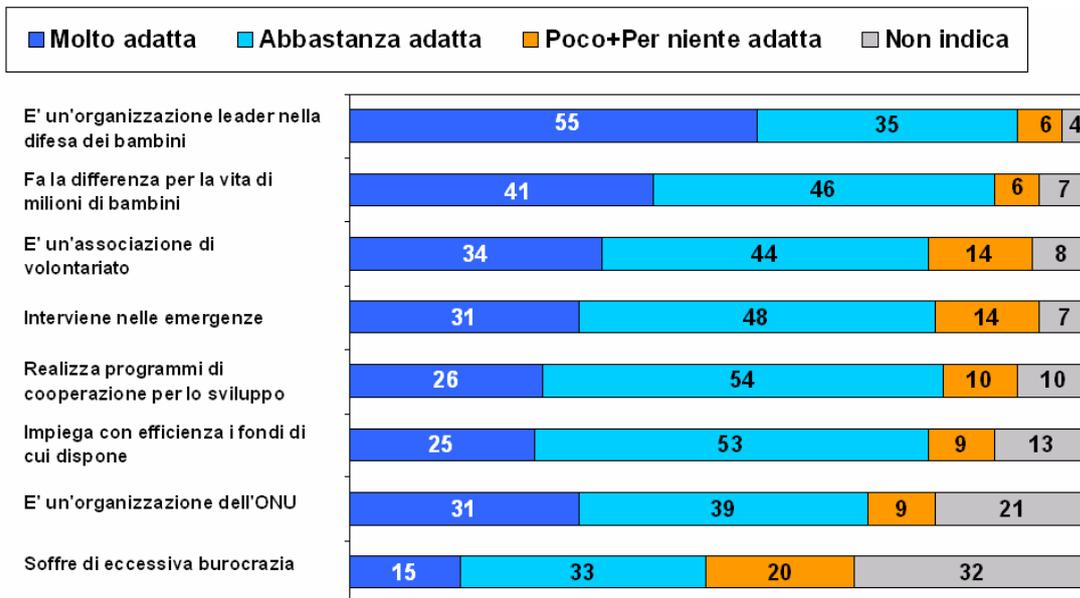
¹⁰ La ricerca "Comportamenti di donazione degli italiani" viene svolta in forma di monitoraggio, con utilizzo di tecnica e questionario costanti. Sono state eseguite 1.007 interviste a campione rappresentativo della popolazione italiana adulta (15 anni e oltre).

Da quest'ultima ricerca emerge l'immagine dell'UNICEF con tratti di elevata positività e conferma il profilo delle sue attività presso l'opinione pubblica: organizzazione incentrata sulla difesa dei diritti e della vita dei bambini.

In Italia solamente il 29% della popolazione, nel 2006, ha dichiarato di aver sostenuto con una donazione le attività delle organizzazioni non profit e di volontariato (nel 2005, in seguito al disastro dallo tsunami, era il 43%). Questa cospicua flessione delle donazioni complessive ha contribuito certamente ai risultati meno soddisfacenti del 2006.

Il Comitato Italiano per l'UNICEF rimane comunque la terza organizzazione non profit più nota agli italiani (preceduta da Caritas e Telefono Azzurro). Ben il 55% degli intervistati è molto d'accordo con l'affermazione che l'UNICEF è "organizzazione leader nella difesa dei bambini" e il 41% che l'UNICEF fa la differenza per la vita di milioni di bambini. Anche l'efficienza nell'impiego dei fondi sembra essere una sua prerogativa (solo il 9% non reputa l'UNICEF efficiente e il 13% non è in grado di indicare), mentre l'immagine di organismo burocratico sembra presente nella mente di una quota marginale della popolazione (il 15% ritiene molto adatta l'ipotesi di eccessiva burocrazia per l'UNICEF, il 33% abbastanza adatta). La maggioranza, inoltre, sa che l'UNICEF è un organismo dell'ONU (anche se il 21% non è in grado di dare alcuna indicazione).

Grafico - Profilo d'immagine dell'UNICEF - realizzato dalla DOXA, 2006



Ben il 74% della popolazione italiana dichiara di conoscere l'UNICEF (incluso citazioni spontanee e indicazioni di notorietà suggerita). La conoscenza dell'UNICEF, anche solo per sentito nominare, è infatti diffusa in tutti gli strati della popolazione.

I donatori per l'UNICEF hanno caratteristiche molto simili al complesso dei donatori italiani: un po' più presenti fra gli adulti da 35 a 54 anni, un po' meno presenti nel Sud Italia e decisamente caratterizzati da un alto livello di istruzione e un maggiore benessere economico.

L'UNICEF risponde

"Gentili signori dell'UNICEF Italia, appartengo al mondo delle Ong, ho alle spalle 25 anni di Africa. Recentemente mi sono informato sugli stipendi dei professionisti UNICEF in giro per il mondo. Cifre alte, benefici ancora più alti (75% della scuola dei figli pagato, periodo di ristoro da stress, ecc.). Ne ho conosciuti tanti di questi 'fortunati'! Formano una casta a sé, con gli altri delle altre agenzie UN. Gente che lavora dietro un computer e si arricchisce sulla miseria del mondo, dei bambini.

Chiedo a voi: come giustificate questi stipendi dati a chi lavora in nazioni dove la gente muore di fame? Come giustificate il vostro appello alle famiglie italiane di aiutare il Niger quando sapete che i soldi se ne andranno per l'80% in spese amministrative del carrozzone UNICEF? (...)

**(Lettera firmata pervenuta al Comitato Italiano per l'UNICEF.
Segue risposta del Comitato)**

“Abbiamo letto con attenzione la Sua e-mail e ci sembra doveroso e importante rispondere alla sue “domande”, precisando quanto segue. Lo staff internazionale dell'UNICEF è costituito da circa 7.000 persone, di cui l'85% opera sul campo e la quota restante negli uffici centrali di New York, Ginevra, nel centro di ricerca di Firenze o nella Supply Division di Copenaghen, centri nevralgici di tutta l'organizzazione amministrativa e logistica. L'UNICEF Internazionale spende per i programmi il 93% delle risorse a sua disposizione, e soltanto il 7% viene investito (e si tratta di una spesa del tutto necessaria) nelle risorse umane che permettono all'organizzazione di funzionare regolarmente. Difficilmente risconterà un uso delle risorse così efficiente in altre organizzazioni, sia delle Nazioni Unite che di altro tipo.

Inoltre i due terzi del personale UNICEF sono impegnati sul campo e sono composti da operatori locali, il che consente non solo di comprendere e affrontare meglio le problematiche della popolazione del luogo, ma anche di ridurre notevolmente i costi. Quattro quinti del personale UNICEF sul campo è costituito da locali, che percepiscono salari commisurati al costo della vita del proprio paese. Non stiamo parlando di “nababbi”, ma di professionisti e tecnici che vivono del proprio stipendio e di un lavoro che spesso comporta rischi e privazioni poco noti alle nostre latitudini: chi opera in paesi in guerra non può vivere, per mesi o per anni, accanto alla propria famiglia (è proibito dalla normativa ONU), e abbiamo purtroppo una lunga lista di funzionari e operatori uccisi, feriti o rapiti mentre svolgevano il proprio lavoro. [...]”

(Ufficio Donatori – UNICEF Italia)

“Spett. Comitato Italiano per l'UNICEF,

ricevo ora la vostra rivista e da ieri sono molto perplessa o, meglio, ho veramente pianto di cuore alle parole ascoltate alla televisione. Mino Damato e Padre Angelo Agostino dicevano di quanti bambini muoiono per mancanza di cibo, acqua e medicinali perché non arrivano gli aiuti pecuniari. Ma è vero? Io non posso dare molto ma, anche ultimamente, fra le altre richieste ho preferito dare il 5 per mille all'UNICEF. Davanti a queste affermazioni sono rimasta molto addolorata. I nostri soldi dove vanno a finire? Scusatemi questo sfogo, ma ve lo dovevo.”

**(Lettera firmata pervenuta al Comitato Italiano per l'UNICEF.
Segue risposta del Comitato)**

“Desidero innanzitutto ringraziarla per il prezioso sostegno con cui da anni sostiene i programmi e i progetti dell'UNICEF in favore dei bambini e delle bambine. Ci rincresce che quanto da Lei appreso nel corso di una trasmissione televisiva a cui hanno partecipato Mino Damato e Padre Angelo Agostino possa aver minato la sua fiducia nel nostro operato. Non sappiamo a quale trasmissione si riferisce né il contenuto esatto delle accuse che ci sono state rivolte, ma vorrei comunque fare alcune puntualizzazioni.

Da 60 anni l'UNICEF è la principale organizzazione mondiale per la difesa dei diritti e delle condizioni di vita dell'infanzia e dell'adolescenza in tutto il mondo. [...]”

Tutto il nostro lavoro è ampiamente documentato ed è proprio la credibilità del nostro operato sul campo a garantirci la fiducia e il crescente sostegno accordatoci da milioni di donatori in tutto il mondo: sostegno che è indispensabile per continuare a difendere i diritti dei bambini, tenuto conto che all'UNICEF non spettano contribuzioni obbligatorie da parte di nessun governo o ente sopranazionale. Screditare l'immagine dell'UNICEF, magari a favore di altre organizzazioni umanitarie, fa aumentare l'audience di un programma. Per smentire e scusarsi, eventualmente, c'è sempre tempo... quando ci si ricorda di farlo. Nel frattempo a rimetterci sono sempre i più innocenti e i più indifesi, ossia i destinatari di quell'aiuto che viene meno in conseguenza del clima di diffidenza e ostilità che si crea in seno all'opinione pubblica. Nel nostro caso, a rischiare di rimetterci sono i bambini.

Ci auguriamo voglia gradire una copia del Bilancio Sociale..., con esso abbiamo voluto rendere ancora più solido e trasparente il nostro dialogo con tutti coloro che osservano, condividono e sostengono la nostra azione a difesa dei bambini, in Italia e nel resto del mondo. ...”

**(Ufficio Donatori – Direzione Raccolta Fondi – UNICEF Italia.
Segue risposta del donatore)**

“Non dubitavo del vostro agire, ero solo molto commossa per le parole ascoltate alla televisione. Vi ringrazio per il Bilancio che mi avete spedito ma, proprio, non sono neppure degna di tanto interesse. Con la presente ho spedito una piccola offerta. Se possono valere le preghiere di una 83enne, queste non mancheranno mai. Vi saluto con tanto affetto e Vi auguro un Natale pieno di serenità, di pace e, perché no, proficuo per tutti i Vostri bambini.”

**(Lettera firmata pervenuta al Comitato Italiano per l'UNICEF.
Segue risposta del Comitato)**

“Vorrei, innanzitutto, dirle che siamo lieti che si sia rivolta direttamente a noi facendoci partecipi dei suoi sentimenti e dei dubbi che ha avuto, piuttosto che giungere a priori a conclusioni affrettate. In questo modo ci ha dato la possibilità di un chiarimento, instaurando con lei un dialogo che sempre più spesso vorremmo avere con chi ci sostiene e condivide con noi gli stessi obiettivi.

Inviandole una copia del Bilancio Sociale desideravo spiegare qual è la nostra missione – aiutare i bambini – e ci fa piacere che abbia compreso il nostro operato e quanto ci sta a cuore portare a termine i nostri progetti, grazie all'aiuto di tanti donatori sensibili e solidali come Lei. ...”

(Ufficio Donatori – UNICEF Italia)

BILANCIO SOCIALE 2006

I MEMBRI DEL CONSIGLIO DIRETTIVO DEL COMITATO ITALIANO PER L'UNICEF

IL PRESIDENTE **ANTONIO SCLAVI**

IL VICEPRESIDENTE VICARIO VINCENZO SPADAFORA

IL VICEPRESIDENTE AMMINISTRATIVO GIACOMO GUERRERA

MARIELLA ANDREATTA

DARIO BIGATTIN

FRANCO BOSELLO

MARIA GIOVANNA IRENE FUSCA

TRIANAFILLOS LOUKARELLIS

MARIA GRAZIA PALUMBO

RENO SACQUEGNA

GREGORIO SCHIRONE

MIRELLA STRAMBI

STEFANO TARAVELLA

IL DIRETTORE GENERALE ROBERTO SALVAN

HA COLLABORATO ALLA REALIZZAZIONE DEL BILANCIO SOCIALE UN GRUPPO DI LAVORO COMPOSTO DA:

FEDERICA AGUIARI, LUCA CAPPELLETTI, STEFANIA CENSI, ENRICA COSTANTINI, MANUELA D'ALESSANDRO,
ANTONIO DI PIETRO, ANTONELLA PODDA

COORDINAMENTO INTERNO E SUPERVISIONE:

PATRIZIA PATERNÒ

SUPERVISIONE TECNICA E METODOLOGICA:

REVALUE SRL – CARLO LUISON E SILVIA TORSSELLI