

IL MANIFESTO

Il Manifesto esprime i principali concetti ispiratori dei soci fondatori dell'Associazione, che contribuiscono a definirne gli aspetti caratteristici e a indirizzarne l'operatività, integrando gli scopi dell'Associazione indicati nello Statuto.

Pur non trattandosi di linee guida strettamente vincolanti, è auspicabile che ciascun associato ne prenda visione e ne condivida l'orientamento.

1) L'ASSOCIAZIONE "RETETOSTA-ONLUS"

In ogni parte del mondo la maggioranza delle persone non è pienamente soddisfatta del proprio tenore di vita. Anche nelle economie sviluppate una parte di queste persone deve fronteggiare vere e proprie difficoltà economiche. È quindi assolutamente comprensibile che questa categoria di persone ritenga che la beneficenza non li riguardi, che sia appannaggio di gente ricca, magari anche famosa, che con poco sforzo può fornire un contributo molto più importante di quello che può fornire la gente comune. La serenità relativa alla propria condizione economica, presente e futura, viene spesso considerata condizione prioritaria all'interesse verso la beneficenza.

In realtà anche la famiglia economicamente più modesta è in grado di aiutare il prossimo, con poco sforzo e senza modificare il proprio tenore di vita, partecipando a un progetto condiviso da migliaia di altre persone, realizzato con la missione di trasformare l'impegno in divertimento, e viceversa.

L'Associazione RETETOSTA-ONLUS nasce da gente comune che crede in tale missione e si rivolge semplicemente a chiunque condivida i suoi obiettivi.

2) L'APPROCCIO INNOVATIVO ALLA BENEFICIENZA

Per ogni genere di sofferenza umana o animale e per ogni tipo di minaccia ambientale esistono enti/istituzioni/associazioni dedicate, che investono gran parte delle proprie risorse nella ricerca dei fondi necessari alla realizzazione di progetti specifici.

Diversamente dalla maggior parte delle istituzioni benefiche, l'Associazione RETETOSTA-ONLUS non intende occuparsi di una "buona causa" in particolare. È nostra convinzione che fare beneficenza rappresenti un valore in sé, sia cioè un'esperienza che arricchisce indipendentemente dal tipo e dall'oggetto dei progetti benefici che vengono realizzati grazie al contributo dell'Associazione.

L'approccio alla beneficenza dell'Associazione risulta quindi idealmente invertito: prima ci preoccupiamo di realizzare un fondo per gli aiuti, perché sicuramente c'è qualcuno nel mondo che ha bisogno di aiuto; successivamente ci preoccupiamo della destinazione del denaro e della realizzazione dei progetti.

3) L'ATTIVITA' DI "RETETOSTA"

L'approccio nuovo alla beneficenza dell'Associazione si traduce in attività concrete che possono così essere sintetizzate:

- Sensibilizzare le persone nei confronti della beneficenza e dell'impegno umanitario, sottolineandone il valore etico intrinseco.
- Creare e sviluppare un fondo monetario da destinare agli aiuti, senza prediligere a priori una "causa" specifica, favorendo i progetti di found-raising che trasformano l'impegno in divertimento.
- Decidere come indirizzare gli aiuti secondo i criteri e gli strumenti normalmente utilizzati in democrazia (sondaggi, votazioni, ...), evitando i contributi a fondo perduto ad altre associazioni e finanziando invece progetti concreti e monitorabili.
- Costituire organi interni di autocontrollo, procedure e specifiche iniziative aperte a tutti i membri dell'Associazione, allo scopo di verificare l'effettivo conseguimento degli obiettivi di volta in volta prefissati.

4) IL SUPERFLUO E IL PROGETTO “ASTATOSTA[®]”

Nelle economie sviluppate vengono acquistati beni che non si limitano a soddisfare i bisogni delle persone, ma tendono ad appagare ogni forma di desiderio. I professionisti del marketing delle imprese, un tempo impegnati nell'individuazione dei bisogni primari, hanno oggi il compito di scovare e stimolare i desideri più reconditi, facendo leva sulle più disparate motivazioni d'acquisto, per produrre e vendere oggetti spesso inutili.

Una conseguenza di questo comportamento è che ogni famiglia residente in un paese economicamente sviluppato accumula nel tempo una quantità notevole di beni di cui potrebbe indifferentemente fare a meno. Spesso questi beni vengono presto dimenticati in qualche cassetto, ammassati nelle soffitte o addirittura gettati via, generando qualche senso di colpa per il denaro speso inutilmente.

Questa è la categoria di beni che l'Associazione RETETOSTA-ONLUS intende recuperare e introdurre nuovamente nel “mercato”, attraverso il progetto *ASTATOSTA[®]*, per soddisfare esigenze molto più importanti di quelle dettate dal consumismo, ovvero quelle della solidarietà e dell'impegno civile.

Il progetto *ASTATOSTA[®]* è il primo progetto di fundraising approvato dall'Associazione e rappresenta un valido esempio di come sia possibile trasformare l'impegno in divertimento.

5) INTERNET E LA COMUNITÀ DI RETETOSTA

Internet è lo strumento scelto da RETETOSTA-ONLUS per raggiungere i propri scopi.

Consente, infatti, la più ampia interattività fra le persone, che possono partecipare a ogni aspetto dello sviluppo dei progetti secondo le proprie attitudini, preferenze e capacità professionali.

RETETOSTA-ONLUS non sviluppa progetti “chiusi”, con strutture rigide e predeterminate dai soci fondatori o dai dirigenti, ma usufruisce dell’apporto intellettuale di migliaia di persone, che possono scambiarsi opinioni, idee e contatti.

Il modello al quale RETETOSTA-ONLUS si ispira, per la sua crescita, è quello dei progetti a contenuto libero (open-content) come Wikipedia.

Il sito web contiene quindi strumenti specifici per favorire l’interattività fra gli associati (forum, chat, blog ...), incoraggiando questi ultimi a contribuire allo sviluppo dei progetti e all’operatività dell’Associazione sotto ogni punto di vista.

6) IL BUON ESEMPIO

È luogo comune pensare che chi faccia realmente beneficenza di solito non lo dica, o farebbe meglio a non dirlo. Se è vero che esiste un certo pudore a tal proposito, è altrettanto vero che spesso nasce dal timore di apparire vanagloriosi. Si teme che la gente possa pensare che ci vantiamo, con scarso stile e cattivo gusto, di possedere denaro in eccesso che destiniamo alla beneficenza, ottenendone in cambio benefici in termini di immagine e di consenso.

In realtà nel fare beneficenza non c'è nulla di cui vergognarsi, anzi; con il nostro esempio, potremmo portare altre persone a imitarci.

Quanto più comunichiamo i nostri sforzi, tanto maggiore risulterà lo spirito di emulazione da parte delle persone con cui veniamo in contatto.

L'Associazione RETETOSTA-ONLUS, attraverso la pagina web dedicata all'*Account del benefattore* e riconoscimenti di vario tipo previsti per ogni membro della comunità, si muove nella direzione corretta, cioè quella del "buon esempio", pur nel rispetto della privacy dei singoli benefattori.

7) LA TRASPARENZA

Nonostante l'importante contributo in termini di solidarietà e di progresso sociale originato dalle migliaia di istituzioni benefiche in tutto il mondo, persiste nell'opinione pubblica una diffidenza generalizzata nei confronti di tali istituzioni. Ciò è dovuto in prima analisi agli scandali che, periodicamente, vengono alla luce coinvolgendo anche istituzioni di indubbia reputazione.

La ricaduta in termini di immagine è spesso devastante, poiché risulta particolarmente odioso e moralmente inaccettabile lucrare sulle disgrazie altrui approfittando della buona fede di benefattori mossi dai migliori propositi e che ovviamente si sentono ingannati e traditi.

L'Associazione RETETOSTA-ONLUS porrà molta attenzione nello sviluppo dei rapporti con le altre organizzazioni benefiche, auspicando per il futuro una fiducia maggiore nei confronti delle tante organizzazioni che si dedicano con serietà alla beneficenza.

Per quanto riguarda la propria attività, RETETOSTA-ONLUS è estremamente sensibile alla necessità di fornire le più ampie garanzie di trasparenza.

Il Web, lo strumento scelto dall'Associazione, risulta particolarmente indicato a soddisfare tale necessità, data la sua peculiare capacità di veicolare ogni tipo di informazione a ciascun membro della comunità.

Gli associati stessi sono coinvolti e responsabilizzati rispetto alla crescita e alla destinazione del fondo di beneficenza, attraverso informazioni immediatamente reperibili nella home page e in sezioni appositamente dedicate del sito Internet.

Le informazioni disponibili online riguardano:

- Il valore storico del fondo, accumulato nel tempo dalla data della sua costituzione (Contatore "real-time").
- Il valore attuale del fondo (Contatore "real-time").
- La descrizione analitica di ogni singolo progetto finanziato, con l'indicazione dell'importo devoluto.
- Il bilancio annuale.

8) L'ETICA

Esistono purtroppo diversi modi per rendere lucrativa un'organizzazione che nasce senza fini di lucro, tradendone così lo spirito e la finalità, nonché la fiducia degli aderenti.

Fornire il più ampio accesso alle informazioni anche di natura contabile agli associati, come descritto al punto precedente del Manifesto, è un primo passo importante, ma non sufficiente a garantire che ciò non accada.

RETETOSTA-ONLUS si avvale di un Codice Etico che integra lo Statuto e ne assicura il totale rispetto attraverso appositi Organi di Controllo, democraticamente eletti fra i suoi associati, come meglio specificato nel Codice Etico stesso.

Promuove e incentiva, inoltre, ogni ulteriore libera iniziativa proveniente dai propri associati, volta ad assicurare la serietà e l'onestà della propria missione nel tempo.

L'Associazione rispetta qualunque pensiero ideologico, politico, spirituale, filosofico. Tuttavia opera in assoluta indipendenza da essi.

Ogni socio è tenuto a un comportamento corretto, trasparente, semplice, professionale, responsabile, altruistico e rispettoso nei confronti di tutto e di tutti.

9) L'ORIENTAMENTO IMPRENDITORIALE DELL'ASSOCIAZIONE

RETETOSTA-ONLUS è un'associazione benefica senza fini di lucro. Nell'approccio alla propria comunità, reale e potenziale, di benefattori intende tuttavia dare ampio spazio alle idee, secondo una mentalità tipicamente imprenditoriale, e utilizzare gli stessi strumenti di marketing di cui generalmente fanno uso le imprese commerciali (pubblicità, promozioni, concorsi, ...), avvalendosi se necessario della collaborazione di imprese commerciali specializzate.

Accrescere la comunità e stimolare l'interesse nei confronti della beneficenza ha per l'Associazione la stessa importanza che le imprese commerciali attribuiscono alla crescita della propria clientela, reale e potenziale.