

RELAZIONE DI MISSIONE 2008



PREMESSA

La relazione di missione di ActionAid Italia presenta alcune sfide che si rinnovano ogni anno e alle quali si cerca di dare risposta tentando di adattare il formato alle esigenze che si manifestano nell'intreccio tra l'organizzazione italiana e il contesto internazionale.

Focus sulle attività o sui risultati?

In passato (in particolare con l'esame della relazione 2008 sul 2007) il Consiglio Direttivo ha fatto propria con coraggio la logica di reporting dell'Accountability, Learning and Planning System (ALPS) che viene adottato dall'intero network internazionale e che tende a promuovere innanzitutto una riflessione sui risultati e sulle opportunità di apprendimento, piuttosto che una mera rendicontazione delle attività svolte. Questa logica di monitoraggio del lavoro produce certamente gli esiti più sostanziali e interessanti per l'evoluzione dell'organizzazione e delle sue modalità operative e tuttavia non è facilmente integrabile in una relazione di missione che svolga un servizio di rendicontazione anche verso il pubblico ed in relazione all'utilizzo delle risorse su base annuale.

ActionAid in Italia continua a lavorare per promuovere la logica di ALPS e, per esempio, proprio nel corso del 2008 ha prodotto materiali divulgativi anche in video per contribuire a far evolvere il concetto di accountability presso stakeholders istituzionali e non. ActionAid infatti ritiene che il focus sull'apprendimento e l'attenzione ai risultati possa e debba far parte integrante del proprio impegno a modificare relazioni di potere che spingono, in definitiva, persone e paesi interi all'esclusione dai processi decisionali che li riguardano.

In questa relazione, pur dando conto per esempio degli sforzi divulgativi di cui sopra, ci si è tuttavia orientati ad un formato che tende maggiormente a dar conto delle attività e, in particolare, di quelle svolte in Italia. Questa scelta si giustifica e si spiega proprio in virtù del fatto che altri strumenti sono stati approntati per diffondere il messaggio sostanziale che è proprio di ALPS. E' fondamentale però, nel fare questa scelta, esplicitarla appieno, in modo da prevenire al di là di ogni equivoco l'idea di una rinuncia alla valutazione dell'impatto. E' in ogni caso infatti fondamentale sottolineare come la sfida rimanga aperta nel 2009 e necessariamente continuerà a essere terreno di ingaggio anche intellettuale per il futuro.

In questa relazione, che pure dà principalmente conto delle attività svolte, alcuni esempi relativi all'impatto sono riportati come spunto di riflessione in una scheda "tematica". Alla luce del fatto che il network internazionale si impegna in migliaia di aree e progetti, ovviamente il lettore deve sin d'ora riconoscere che quelli riportati sono semplicemente esempi: sono volti a esplicitare una logica di intervento e l'impatto che ne deriva.

Focus sull'Italia o sul network internazionale?

Ad ActionAid Italia viene posta anche una seconda sfida relativa ai propri doveri di rendicontazione: quella che riguarda il bilanciamento tra il focus sulle spese in Italia e il contributo che circa tre quarti della spesa della ONLUS italiana produce per il network internazionale. Circa trenta milioni di euro infatti sono impiegati nello svolgimento di programmi internazionali sui quali la responsabilità operativa viene delegata al Segretariato Internazionale o ad altri affiliati ad ActionAid International.

La soluzione tecnica che si può mettere in campo per rispondere a questa sfida consiste nel riconoscere il fatto che, al momento dell'approvazione del consuntivo 2008 da parte dell'Assemblea Generale italiana, una relazione annuale internazionale è stata approvata dall'Assemblea Generale Internazionale. Si ritiene dunque che la relazione internazionale, ai fini nazionali, non solo risulti utile elemento di integrazione informativa rispetto alla presente relazione nazionale, ma ne faccia parte integrante ai fini dell'accountability dovuta rispetto all'utilizzo delle risorse, comprese quelle di provenienza italiana.

Resta inteso che il network internazionale non dà conto separatamente dell'utilizzo dei contributi di ciascun affiliato nazionale e dunque – proprio nella logica perseguita tenacemente di rappresentare una realtà davvero internazionale – il lettore non potrà aspettarsi una disaggregazione degli impegni di spesa, leggendo il rendiconto internazionale.

A queste sfide, nel 2009, si tenta di rispondere anche esplicitando fin dall'inizio le difficoltà e lo sforzo che esse implicano. Naturalmente rimane intatto il desiderio del management, dei consiglieri e dei soci di continuare a ragionare sulle modalità di rendicontazione più utili ai lettori.

INDICE

1. MISSIONE: COSA VOGLIAMO?

- Finalità
- Sistema di valori e principi: ALPS
- Tipologie di attività
- Caratteristiche distintive
- Stakeholders

2. IDENTITA': CHI SIAMO?

- Struttura internazionale
- Compagine sociale
- Risorse umane

3. IL CONTESTO: UNO SGUARDO AL 2008 IN ITALIA

4. ATTIVITA' ISTITUZIONALE: COSA FACCIAMO?

- Programmi di sviluppo
 - SCHEDA 1: un breve percorso tematico tra i progetti finanziati dall'Italia
- Informazione e sensibilizzazione
- Mobilitazione

5. ATTIVITA' STRUMENTALI

- Sviluppo dell'organizzazione internazionale
- Sviluppo dell'organizzazione nazionale
- Approvvigionamento e impiego delle risorse

6. PROSPETTIVE: UNO SGUARDO AL FUTURO

7. PROPOSTA DI DESTINAZIONE DEL RISULTATO DI GESTIONE

1. MISSIONE: COSA VOGLIAMO?

FINALITA'

ActionAid opera per un mondo senza povertà ed ingiustizia, in cui ciascuno possa godere dei propri diritti fondamentali e condurre una vita dignitosa. ActionAid si pone l'obiettivo di mettere i cittadini poveri ed esclusi – donne e ragazze in particolare – in condizione di poter rivendicare i propri diritti. Al contempo opera affinché la società civile globale si mobiliti a favore dei diritti umani fondamentali di ognuno e affinché gli Stati e le loro istituzioni siano democratici e responsabili e promuovano, proteggano e realizzino tali diritti per tutti.

SISTEMA DI VALORI E PRINCIPI: ALPS

Nella scelta dei progetti, nella pianificazione del lavoro e nella valutazione del proprio operato ActionAid risponde a cinque principi:

- accountability (innanzitutto nei confronti delle comunità povere ed escluse con cui lavora),
- trasparenza,
- condivisione del potere,
- capacità di imparare e
- piena realizzazione dei diritti delle donne.

Tali principi sono al centro del modo di lavorare dell'organizzazione, così come delineato da ALPS – l'Accountability, Learning & Planning System di tutta ActionAid. ALPS delinea processi comuni anche ad altre organizzazioni: elaborazione di strategie e piani d'azione, revisione di questi piani sulla base dell'esperienza, stesura di rapporti annuali, verifiche e controlli, interni ed esterni. La differenza sta nei principi e nei valori (rispetto reciproco, equità e giustizia, onestà e trasparenza, solidarietà, coraggio, indipendenza e umiltà) che orientano questi processi e che ALPS chiede di mettere in pratica quotidianamente.

TIPOLOGIE DI ATTIVITA'

ActionAid realizza la propria missione attraverso programmi di sviluppo e attività di ricerca, informazione, sensibilizzazione e mobilitazione sui temi del diritto al cibo, dei diritti delle donne, della lotta all'HIV/AIDS, del diritto a una governance giusta e democratica, del diritto all'istruzione e della sicurezza umana nei conflitti e nelle emergenze.

In Italia, in particolare, ActionAid è impegnata in campagne di raccolta fondi per progetti di sviluppo a breve, medio e lungo termine nei paesi del sud del mondo e in attività di ricerca, sensibilizzazione e mobilitazione sui temi del diritto al cibo, dei diritti delle donne, della finanza per lo sviluppo e della lotta all'HIV/AIDS.

CARATTERISTICHE DISTINTIVE

Al centro dell'approccio di ActionAid c'è la connessione tra povertà e diritti umani: la povertà non è infatti una condizione naturale né un fallimento personale, ma la conseguenza della negazione e della violazione dei diritti umani fondamentali, perpetrate da chi ha più potere su chi ne ha meno. ActionAid si distingue:

- per il proprio schierarsi a fianco dei cittadini poveri ed esclusi;
- per il proprio approccio basato sui diritti umani che dà alle persone che vivono in condizioni di povertà la possibilità di organizzarsi e mobilitarsi per rivendicare i propri diritti fondamentali;
- per la costruzione di alleanze e partnership con le organizzazioni e i movimenti della società civile;
- per il proprio ingaggio critico con i governi e le istituzioni le cui politiche e prassi creano o mantengono situazioni di povertà;
- per la propria azione su tutti i fronti, dal livello locale a quello globale.

STAKEHOLDERS

ActionAid coinvolge nelle proprie attività cittadini e istituzioni tanto del Nord quanto del Sud del mondo, nella convinzione che soltanto un'azione globale e su più livelli di ingaggio possa condurre allo sradicamento della povertà.

In Italia, a fine 2008, ActionAid poteva contare su 140.498 sostenitori economici attivi, 200 attivisti organizzati stabilmente in 20 Gruppi Locali dislocati su tutto il territorio nazionale e un bacino di 12.000 persone che negli ultimi due anni hanno aderito alle campagne di sensibilizzazione e informazione.

Le attività di coinvolgimento e mobilitazione su base individuale si rivolgono oltre che al pubblico generico, a grandi donatori, celebrities e giornalisti, per i quali si stanno definendo percorsi sempre più strutturati di ingaggio all'interno delle diverse sfere d'azione dell'organizzazione. Un programma dedicato viene inoltre portato avanti con aziende e fondazioni private, per l'avvio di partnership di breve-medio periodo.

Sul versante istituzionale, ActionAid si rivolge a parlamentari, funzionari governativi e altri decision-makers, attraverso azioni di lobbying e advocacy volte al cambiamento delle politiche principalmente sui temi dell'aiuto pubblico allo sviluppo, dei diritti delle donne, del diritto al cibo e della lotta all'AIDS. Questo tipo di attività viene portato avanti sia singolarmente che all'interno di network generalisti e tematici, quali il Coordinamento Italiano dei Network Internazionali (CINI), la Coalizione Italiana contro la Povertà, gli Stati Generali della Cooperazione e della Solidarietà Internazionale, l'Agenzia Italiana per la Risposta alle Emergenze (AGIRE), l'Osservatorio Italiano AIDS, il Comitato Italiano per la Sovranità Alimentare, la Coalizione Italiana della Global Campaign for Education, il Comitato UNORA.

Alcune istituzioni – quali ad es. nel 2008, il Ministero degli Esteri, la Regione Lombardia, la Commissione Europea – figurano anche come donatori, seppur per una percentuale molto ridotta delle entrate totali dell'organizzazione, che derivano per la quasi totalità da contributori privati.

Sul versante interno, ActionAid è guidata da una compagine associativa di 26 soci e può contare su uno staff di 79 persone, su 5 persone in stage e su 38 volontari che dedicano parte del loro tempo libero ad attività di supporto nella sede milanese.

Sul versante internazionale, dall'Italia ActionAid sostiene a lungo termine 174 aree di sviluppo (DA – development areas) e in questo modo aiuta oltre 140.000 bambini, le loro famiglie e le loro comunità, raggiungendo così oltre 700.000 beneficiari diretti¹ e oltre 2 milioni di beneficiari indiretti². A questi si aggiungono le comunità e le persone coinvolte nei programmi di sviluppo attraverso i progetti a breve termine fino ad arrivare a circa 1,5 milioni di beneficiari diretti e oltre 5 milioni di beneficiari indiretti nel 2008. ActionAid si avvale della collaborazione del personale impiegato in loco presso i programmi paese o gli affiliati del network che a loro volta collaborano e si coordinano con oltre 200 organizzazioni e associazioni comunitarie, nostri partner sul campo.

Nel mondo ActionAid è presente in 66 paesi, coinvolge nei suoi programmi di sviluppo circa 23.5 milioni di persone e contribuisce alla realizzazione di quasi 1000 progetti. Lo staff dell'intero network ActionAid è composto da circa 3000 persone di cui 90% proveniente dal Sud del mondo. Sempre al livello internazionale, gli affiliati, gli associati e i programmi paese di ActionAid collaborano con oltre 2300 partner tra organizzazioni di base, associazioni e ONG locali.

2. IDENTITA': CHI SIAMO?

STRUTTURA INTERNAZIONALE

ActionAid International Italia ONLUS è un Affiliato di ActionAid, una federazione internazionale presente in 66 paesi e composta da organizzazioni indipendenti coordinate da un Segretariato Internazionale con sede a Johannesburg e unite da una visione, una missione e dei valori condivisi.

ActionAid è nata nel 1972 in Gran Bretagna. Nel corso degli anni, grazie soprattutto all'esperienza maturata sul campo, ha capito di dover agire sulle cause globali della povertà: ha scelto così di creare un movimento capace di superare i confini nazionali e dare voce alle comunità stesse con cui lavora.

Dal 2009 la federazione è governata da un'Assemblea Generale in cui sono rappresentati gli Affiliati e gli Associati. Un Consiglio Direttivo supervisiona l'operato del Segretariato Internazionale che a sua volta coordina, facilita e gestisce le attività della federazione.

COMPAGINE SOCIALE

ActionAid International Italia ONLUS è governata da un **Consiglio Direttivo** di 7 membri e da un' **Assemblea** di 26 soci. Il Consiglio Direttivo, con ampi poteri per quanto riguarda l'amministrazione ordinaria e straordinaria, si divide le aree di responsabilità specifica tra i singoli consiglieri con decisione ordinaria. Il Consiglio Direttivo ha inoltre attivato quattro Gruppi di Lavoro composti da consiglieri, soci e membri dello staff che ne preparano le discussioni in materia di

- governance e risorse umane,
- fundraising,
- campaigning
- gestione finanziaria.

¹ Con beneficiari diretti ci si riferisce ai soggetti che beneficiano direttamente di un intervento realizzato grazie al contributo economico dei donatori.

² Con beneficiari indiretti ci si riferisce ai soggetti che beneficiano dei risultati conseguiti grazie all' intervento realizzato con il contributo economico dei donatori.

L'Assemblea dei Soci ha il potere di eleggere e revocare il Presidente e i membri del Consiglio, deliberare sulle azioni di responsabilità contro gli amministratori e in merito alle esclusioni di associati, approvare le linee generali di indirizzo dell'associazione e deliberare sulle proposte di modifica dello Statuto e sul bilancio consuntivo. I Consiglieri restano in carica per 3 anni con possibilità di essere rieletti solo una volta.

Oltre al Consiglio Direttivo e all'Assemblea dei Soci, sono organi statutari:

- il **Presidente** dell'Associazione, designato dall'Assemblea fra tutti i componenti del Consiglio Direttivo e in carica per 3 anni, che esercita tutti i poteri ordinari del Consiglio e ha la rappresentanza legale dell'Associazione;
- il **Segretario Generale**, membro senza diritto di voto del Consiglio Direttivo dal quale è nominato, che agisce come rappresentante del datore di lavoro verso i dipendenti e, con apposita procura del Presidente, esercita la rappresentanza legale dell'organizzazione per le materie ordinarie;
- il **Collegio dei Revisori**, nominato dall'Assemblea e composto da uno a tre membri in carica per 3 anni e rieleggibili, che esamina almeno una volta l'anno i conti dell'associazione;
- l'**Assemblea dei Gruppi Locali**, organizzazioni autonome sul territorio che collaborano alle attività dell'associazione, condividendone gli scopi e gli obiettivi, che si riunisce ogni anno ed elegge un rappresentante in Consiglio Direttivo, che rimane in carica per due anni.
- i **Comitati Scientifici** e i **Comitati Consultivi**, i cui membri vengono nominati rispettivamente dal Segretario Generale e dal Presidente. Al momento è stato istituito un unico Comitato Consultivo, denominato *Comitato d'Onore*, il quale svolge funzioni di proposta e consulenza agli organi associativi, fungendo da collettore di quella parte della constituency che non è in grado di assicurare una presenza costante alle attività istituzionali, ma che si ritiene "amica" dell'associazione.

RISORSE UMANE

ActionAid International Italia ONLUS è presente in Italia con una sede a Milano e una a Roma. La gestione operativa è garantita da uno staff di professionisti che alla fine del 2008 contava 79 persone. L'organizzazione ha vissuto un'evoluzione continua della sua struttura: negli ultimi anni, infatti, è cresciuta per dimensioni e per aree di attività. Crediamo che il cambiamento progressivo e non traumatico dell'organizzazione sia il segno di una struttura in salute, flessibile, che sa adattarsi al mondo che cambia, alle nuove sfide che lo scenario nazionale e internazionale pone al suo lavoro. Attualmente ActionAid in Italia è organizzata in quattro dipartimenti (Direzione; Campaigning; Raccolta Fondi; Efficienza Organizzativa) e varie unità funzionali.

Lo staff nel suo complesso al 31 dicembre 2008 è così strutturato:

- 74 dipendenti
- 5 collaboratori per progetti

In particolare, qui di seguito i dati disaggregati relativi ai dipendenti:

DATI DIPENDENTI			
DONNE/UOMINI	Donne	52	
	Uomini	22	
TOTALE		74	
ROMA/MILANO	Roma	8	
	Milano	66	
TOTALE		74	
PART/FULL TIME	Part Time	14	
	Full Time	60	
TOTALE		74	
		Donne	Uomini
Management³	7	2	5
Middle Management⁴	18	12	6
Staff⁵	49	38	11
TOTALE	74	52	22

³ Staff inquadrato ai livelli "quadro" e "dirigente" del C.C.N.L. dipendenti da aziende del terziario della distribuzione e servizi.

⁴ Staff inquadrato ai livelli I e II del C.C.N.L. dipendenti da aziende del terziario della distribuzione e servizi.

⁵ Staff inquadrato ai livelli III, IV e V del C.C.N.L. dipendenti da aziende del terziario della distribuzione e servizi.

Lo staff complessivamente impiegato nel 2008 corrisponde a 71 full-time-equivalent (cioè unità impegnate a tempo pieno sui 12 mesi dell'anno), di cui 38 nelle attività di raccolta fondi, 17 nelle aree di supporto e 16 nelle attività istituzionali di programma.

3. IL CONTESTO: UNO SGUARDO AL 2008 IN ITALIA

Nel 2008 il cambio di governo in Italia, con il conseguente rinnovo radicale di una parte significativa dei nostri interlocutori, ha prodotto un clima di relazioni istituzionali meno attente alla causa della lotta alla povertà, confermato dalle scelte di natura legislativa che hanno fatto disattendere sia gli impegni del nostro Paese in tema di aiuto pubblico allo sviluppo sia di risposta al cambiamento climatico. In questo quadro il lavoro di ActionAid in Italia per molti versi è stato teso all'ingaggio rispettoso, ma critico rispetto a scelte politico-istituzionali non condivise da gran parte della società civile.

Nella prima metà del 2008 la crisi dei prezzi dei prodotti alimentari ha contribuito ad evidenziare, riportandolo sull'agenda del dibattito pubblico, il fallimento degli sforzi internazionali per la lotta alla fame. Nella seconda metà dell'anno, invece, la crisi internazionale del sistema del credito ha contribuito a concludere una crisi dell'economia reale già in corso in Italia da almeno un anno, data la recessione tecnica confermata poi a fine 2008.

Per un'organizzazione finanziata soprattutto attraverso l'iniziativa popolare, la crisi economica produrrà effetti soprattutto negli anni a venire, quando il contributo economico e di tempo dedicato ad attività sociali potrebbe subire un generale rallentamento a causa delle scelte di "consumo" dei cittadini italiani. Questo, proprio nel momento in cui si rende necessario semplificare e rendere più visibile al pubblico il confronto serrato con una presenza istituzionale frammentaria e poco interessata all'agenda dello sviluppo. Per questo motivo nel 2008 ActionAid in Italia ha concordato e cominciato a dispiegare un'evoluzione organizzativa che metterà al centro del modello operativo i cosiddetti *supporter journeys*: percorsi ad hoc, grazie ai quali le varie tipologie di stakeholders impegnati con l'organizzazione potranno essere coinvolte in modalità di sostegno in cui il contributo di tempo e quello economico si sostengano a vicenda, fino a generare un ritorno d'attenzione da parte della politica sui temi della lotta alla povertà.

Il nuovo modello operativo e la rivisitazione dello sviluppo organizzativo hanno comportato nella seconda metà del 2008 alcuni momenti di disagio interno e di incertezza rispetto alla strada da perseguire in un contesto sfavorevole anche dal punto di vista politico oltre che della reattività del mercato della donazione; d'altro canto è cresciuta sul disagio una forte motivazione al rilancio e all'evoluzione. L'impegno organizzativo nel 2009 sarà così dedicato internamente all'armonizzazione delle attività e delle risorse, al fine di produrre un impatto maggiormente visibile all'esterno e dunque spendibile nel quadro delle relazioni istituzionali.

4. ATTIVITA' ISTITUZIONALI: COSA FACCIAMO?

PROGRAMMI DI SVILUPPO

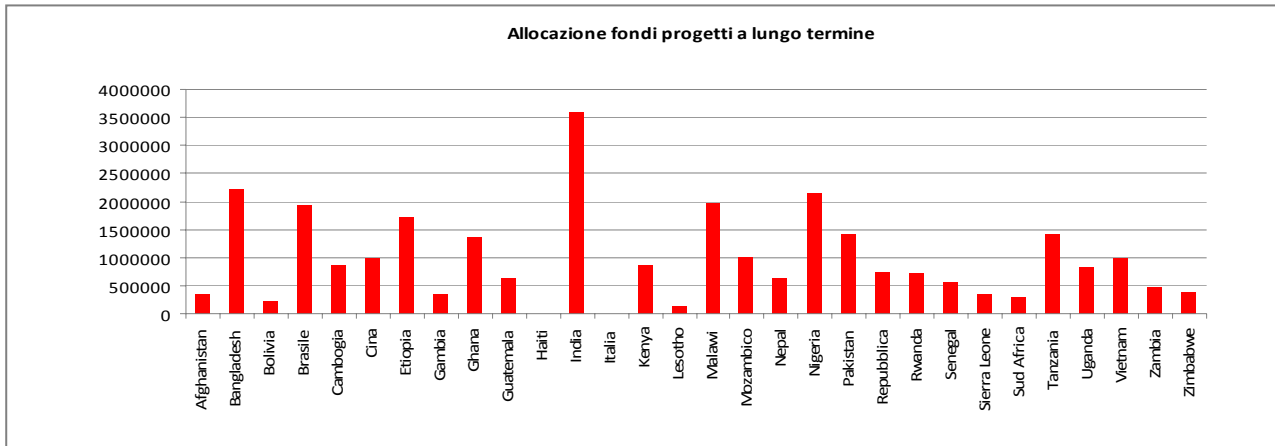
Il **primo obiettivo della strategia italiana** chiede che vengano prodotti cambiamenti direttamente tangibili nelle vite dei poveri e degli esclusi con cui ActionAid lavora. Quest'obiettivo può essere raggiunto dall'Italia attraverso il finanziamento con fondi regolari di progetti nei paesi del Sud del mondo, ma anche portando all'attenzione delle istituzioni le istanze dei cittadini di questi paesi e offrendo supporto allo sviluppo di altre organizzazioni della società civile attive nella lotta alla povertà.

La notevole capacità di raccolta fondi dell'organizzazione, unita alla buona reputazione presso gli interlocutori istituzionali – derivante sia dalle competenze tematiche del proprio staff sia dal profondo radicamento dell'organizzazione a livello locale – e alla conseguente capacità di influenza, è sicuramente da registrare tra gli elementi che muovono a favore del raggiungimento di questo obiettivo. Esistono tuttavia dei fattori negativi sul versante della raccolta fondi – in termini di saturazione di mercato e concorrenza crescente, ma anche di disponibilità di fondi flessibili da poter utilizzare – e degli elementi su cui intervenire ancora sul versante dell'influenza, in termini di coinvolgimento dell'opinione pubblica sui temi della lotta alla povertà e di effettiva capacità dell'organizzazione di raccogliere le voci dei più poveri e portarle all'attenzione dei decision makers. In entrambi gli ambiti sarà quindi decisiva la capacità dell'organizzazione di individuare modalità, prodotti e canali innovativi attraverso cui raggiungere i propri obiettivi.

Nel 2008, ActionAid ha sostenuto con fondi italiani 174 progetti **a lungo termine** e 20 progetti di breve o medio periodo, per un totale di 194 progetti in 32 paesi. L'allocazione geografica dei fondi destinati a progetti a lungo termine è stata la seguente:

Continenti	No. Paesi	No. progetti
Africa	16	61
Asia	8	98
America Latina	5	15
TOTALI	29	174

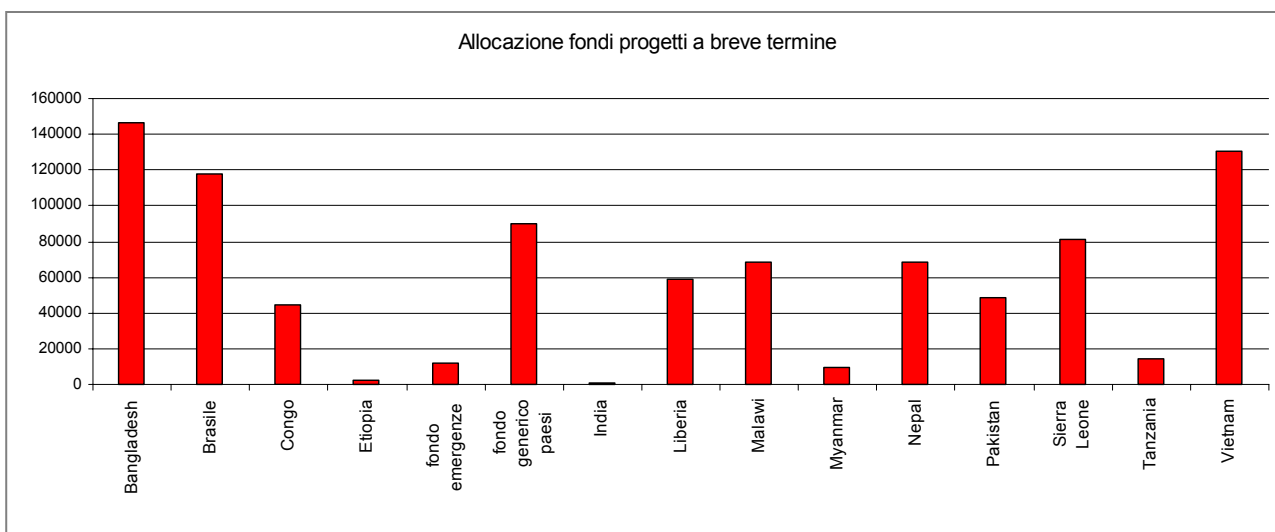
I paesi che hanno ricevuto maggior fondi dall'Italia sono soprattutto l'India, il Bangladesh, la Nigeria, il Malawi, l'Etiopia, il Brasile, la Tanzania e il Pakistan:



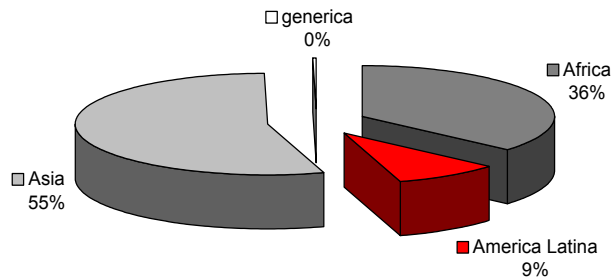
Questa invece l'allocazione geografica dei fondi destinati a progetti di breve o medio periodo:

Continenti	No. Paesi	No. progetti
Africa	5	7
Asia	6	7
America Latina	1	4
Fondo emergenze	1	1
Fondo generico paesi	25	1
TOTALI	38	20

I programmi del network che hanno ricevuto la maggior parte dei contributi italiani si situano soprattutto in paesi dell'area asiatica, dove spiccano il Bangladesh e il Vietnam, seguiti dal Brasile per quanto riguarda l'America latina e dalla Sierra Leone per il continente africano, come mostra il grafico sottostante:



Per quanto riguarda la divisione geografica dei progetti e delle aree di sviluppo, si conferma l'impostazione degli anni passati.

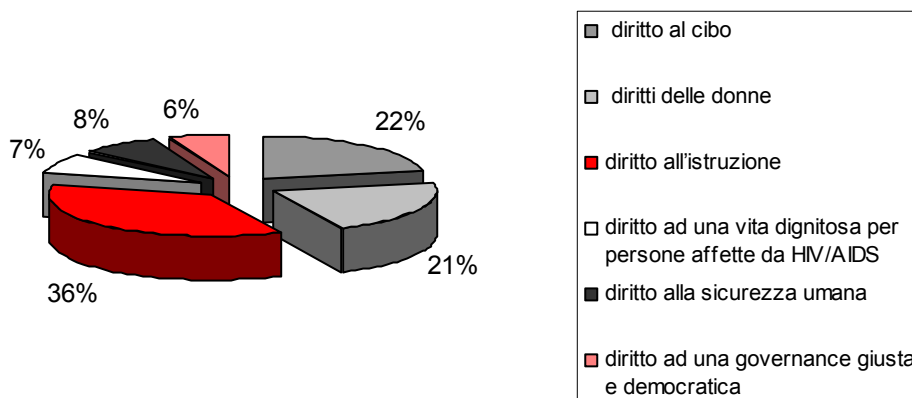


Seguendo *Rights to End Poverty*, la strategia internazionale per il periodo 2005-2010, ActionAid sviluppa progetti relativi alle seguenti aree di programma:

1. diritto al cibo
2. diritti delle donne
3. diritto all'istruzione
4. diritto ad una vita dignitosa per persone affette da HIV/AIDS
5. diritto alla sicurezza umana
6. diritto ad una governance giusta e democratica.

Per quanto riguarda l'impegno di ActionAid Italia e le attività finanziate nel corso del 2008, la maggior parte dei progetti sostenuti economicamente sia a lungo che a breve termine si è concentrata sulle seguenti aree come dimostra il grafico sottostante:

1. **diritto all'istruzione;**
2. **diritto al cibo;**
3. **diritti delle donne.**



Rispetto al 2007 è aumentato l'impegno economico sul **diritto alla sicurezza umana nei conflitti e nelle emergenze** così come il numero di progetti incentrati sul **diritto a una governance giusta e democratica**, soprattutto per quanto riguarda il lavoro a lungo termine in area asiatica (principalmente in India e Bangladesh).

Bisogna sottolineare che la maggior parte dei progetti non si concentra su un programma tematico esclusivo, ma si sviluppa quasi sempre su due/tre tematiche principali o direttamente su tutti i sei temi indicati nella strategia internazionale. In particolare, il tema dei diritti delle donne, essendo trasversale, è diventato il filo conduttore per gli altri interventi di programma in tutto il mondo. In ogni caso, tutto il lavoro programmatico sul campo si fonda sull'approccio basato sui diritti che fonda lo sviluppo dei popoli sui diritti umani riconosciuti e promossi a livello internazionale traducendo le norme, gli standard, i principi e le dichiarazioni formali in piani, politiche e processi di sviluppo tangibili. L'approccio non si limita alla mera soddisfazione dei bisogni dei singoli, ma promuove invece il sostegno delle comunità del Sud del mondo nell'affermazione dei loro diritti fondamentali.

SCHEDA 1: UN BREVE PERCORSO TEMATICO NEI PROGETTI FINANZIATI DALL'ITALIA

Diritto all'istruzione (36%)

Il diritto all'istruzione rimane uno dei temi portanti del nostro lavoro. Progetti a lungo termine centrati principalmente su questo tema sono continuati, grazie soprattutto a donatori italiani, nei Programmi Paese di **Bangladesh, Brasile, Cambogia, Cina, Haiti, Ghana, India, Malawi, Nepal, Repubblica Democratica del Congo, Ruanda, Sierra Leone, Tanzania e Vietnam**. Interventi sull'alfabetizzazione di bambini, ragazzi e giovani sono stati realizzati soprattutto attraverso i cosiddetti **community-based childcare o youth centers**, modelli d'istruzione alternativi rispetto alla scuola pubblica locale e basati sulle necessità delle comunità. In questi centri, oltre all'istruzione, si provvede a garantire i bisogni essenziali dei ragazzi (cibo, vestiario, assistenza sanitaria) e a sensibilizzare le famiglie e la comunità in merito ai diritti di genere e alla salute. Per citare l'esempio del **Bangladesh**, a Mohammadpur, ci si è concentrati sulla questione della violenza sulle bambine e sulle donne, mentre a Joypurhat si è favorita l'istruzione in 750 zone rurali non servite dalla scuola pubblica e popolate da comunità ad alta concentrazione di minoranze etniche e disabili che faticano ad essere introdotte nella vita politica e sociale del paese. Simili interventi sono stati portati avanti in **Malawi**, nei pressi di Lilongwe, e in **Brasile**, a San Paolo, dove il modello formativo adottato da ActionAid nelle aree rurali di molti paesi è stato applicato a un'area urbana tenendo conto delle differenze di contesto (legate ad esempio ad una maggiore diffusione dell'HIV/AIDS e di altre malattie epidemiche o alle difficoltà di accesso al cibo). Se nelle aree rurali ci si dedica soprattutto all'istruzione dei minori e allo sviluppo della professionalità del personale impiegato nelle strutture scolastiche, a San Paolo, il programma si è rivolto all'alfabetizzazione degli adulti attraverso la **metodologia REFLECT**, sviluppata da ActionAid e adottata da ormai 15 anni da centinaia di ONG, alcune delle quali sono state premiate dall'UNESCO per i risultati ottenuti grazie alla sua applicazione. REFLECT si fonda su una metodologia partecipativa di apprendimento che spinge i partecipanti ad analizzare la propria condizione di povertà ed emarginazione sviluppando la coscienza critica necessaria a cambiare le relazioni di potere ingiuste che la determinano. In **Uganda**, ad esempio, le donne e gli uomini di 156 villaggi di Katakwi che avevano partecipato a circoli REFLECT hanno poi rivendicato con successo il proprio diritto alla terra, riavviato attività agricole e aperto un fondo di risparmio per avviare allevamenti di bestiame. Un altro esempio d'impatto significativo nel 2008 è quello di Nanumba in **Ghana**, dove le 10 comunità che avevano dato vita ad associazioni di genitori e insegnanti si sono mobilitate per chiedere al Ministero dell'Istruzione un controllo sulla qualità dell'insegnamento. I risultati sono già visibili: è stato garantito da parte degli insegnanti lo svolgimento effettivo delle lezioni per 5 giorni a settimana, sono stati adottati metodi creativi per un maggior coinvolgimento dei 1500 alunni della zona e si è registrato un calo nella percentuale d'abbandono scolastico.

Diritto al cibo (22%)

La maggioranza delle popolazioni del Sud del mondo vive d'agricoltura. Ma regole di mercato ingiuste, sussidi ai produttori del Nord, strategie scorrette delle imprese multinazionali e politiche di sviluppo sbagliate minano le agricolture dei paesi più poveri e la possibilità di garantire a tutti un'alimentazione adeguata. Inoltre, in alcune aree del mondo, le consuetudini relative alla proprietà della terra ed ai diritti ereditari discriminano le donne, che pure sono spesso coloro che più sono impegnate nel lavoro. A causa dunque di una politica economica che privilegia i profitti sui diritti delle persone, ogni giorno, proprio nelle zone rurali dove il cibo si produce, 923 milioni di persone patiscono la fame. ActionAid Italia, oltre a svolgere attività d'informazione e sensibilizzazione della società civile italiana (vedi capitolo successivo), sostiene un gran numero di progetti d'intervento diretto nei paesi del Sud del mondo. Naturalmente, soprattutto nell'Africa subsahariana, spesso si rende necessario un intervento immediato per far fronte a casi di **malnutrizione grave**. Nel 2008 questo è stato il caso di **Liberia, Uganda, Etiopia, Kenya, Malawi, Ruanda**, dove l'obiettivo principale delle attività dell'organizzazione è stato quello di fornire cibo o acqua. Una buona parte dei progetti sostenuti da ActionAid Italia si concentra sulla **promozione dell'agricoltura sostenibile e della tutela ambientale**. In **Bangladesh**, colleghi e partner locali, insieme ai contadini delle cooperative di Nimpara e di Vialokhipur nella provincia di Rajshahi, si sono impegnati nella promozione della biodiversità e della salvaguardia dell'ecosistema, limitando il ricorso alle sementi ibride e ai fertilizzanti chimici. Grazie a questi sforzi, più di 700 coltivatori, di cui un terzo donne, sono tornati alle pratiche agricole tradizionali e alla conservazione delle sementi locali, mentre più di 500 persone hanno partecipato ad attività di informazione e sensibilizzazione e alla produzione di fertilizzanti organici. Simili esperienze si registrano nelle aree nord-orientali del **Brasile**, dove i nostri partner locali stanno promuovendo un sistema di produzione agricola alternativo, basato sul sostegno all'agricoltura familiare e sull'adozione di tecniche che, incentivando la biodiversità e le coltivazioni biologiche, interrompano la dipendenza che lega i contadini ai grandi gruppi dell'agrobusiness e restituiscano loro una piena sovranità alimentare. Nel 2008, l'irrompere della crisi dei prezzi dei prodotti agricoli

ha rappresentato un'ulteriore minaccia per i paesi più poveri che, naturalmente, sono stati anche i maggiormente colpiti: in **Nigeria e Senegal**, ad esempio, la situazione era particolarmente seria, dato che le provviste di cereali erano sufficienti per un periodo variabile dai 6 ai 12 mesi ma i prezzi degli alimenti erano di fatto triplicati. L'organizzazione ha scelto di rispondere all'emergenza ben oltre la fornitura di generi alimentari, ma anche attraverso attività di mobilitazione della società civile locale che, in Senegal, ad esempio, ha presentato al governo un appello per l'adozione di politiche partecipate di sostegno alla produzione locale.

Diritti delle donne (21%)

Proprio perché le donne sono particolarmente colpite dalle problematiche di cui ActionAid si occupa, si è scelto di lavorare con loro per combattere situazioni di disuguaglianza, abuso, violenza e pregiudizio, riconoscendo il potenziale unico che ogni donna ha nel determinare la propria vita e lo straordinario contributo che le donne possono portare nella lotta alla povertà. I diritti delle donne vanno protetti e promossi in quanto diritti umani fondamentali. Inoltre, la loro realizzazione risulta particolarmente strategica ai fini dello sviluppo socio-economico di un paese. Molte analisi e ricerche attestano infatti che garantire istruzione a bambine, ragazze e donne, soprattutto in campagne e villaggi, porta all'aumento della produttività agricola, alla diminuzione della crescita demografica e del tasso di mortalità infantile, nonché all'aumento della tutela ambientale. Nel 2008, si è registrato un costante aumento di progetti, sostenuti dall'Italia, all'interno dei quali l'avanzamento dei diritti delle donne rappresentava una componente centrale. In **Bangladesh India, Nepal, Afghanistan, Pakistan, Vietnam** l'organizzazione ha sostenuto migliaia di donne vittime della tratta, senza tetto, sieropositive o malate di AIDS. Nella regione indiana di **Nai Rahein**, sono stati avviati programmi di sensibilizzazione sul diritto alla salute, a cui hanno partecipato circa 700 donne, e sono stati stanziati prestiti per le cure sanitarie. In Africa, i programmi dedicati al tema dei diritti sessuali e riproduttivi vengono affiancati da attività volte a contrastare il fenomeno della violenza domestica, soprattutto in **Lesotho, Malawi e Tanzania**. Negli ultimi anni le donne hanno dimostrato di essere più affidabili ed efficienti nella gestione di progetti di microcredito rispetto agli uomini e di poter svolgere un ruolo chiave nella riorganizzazione del tessuto sociale ed economico in paesi dilaniati da anni di guerra civile, come dimostrano alcune recenti esperienze di ricostruzione post conflitto. A questo proposito, possiamo citare il caso di **Haiti** dove, nell'area di Bani, grazie a fondi raccolti attraverso il sostegno a distanza in Italia, circa 200 donne hanno ricevuto prestiti di 300 euro ciascuna, utilizzati per avviare piccole attività commerciali agricole e di allevamento. Altrettanto significativa l'esperienza del gruppo femminile di Ohiatua in **Ghana** che, in quattro anni, è riuscito a dar vita a una cooperativa autogestita di 50 membri che si occupa della lavorazione dell'olio di palma, organizzando inoltre corsi di formazione per il miglioramento delle tecniche di estrazione, imballaggio, marketing e contabilità, anche a livello nazionale (nel 2008, ben 45 delegati donne provenienti da tutto il paese hanno aderito ai loro corsi). A completamento di questi sforzi, la cooperativa organizza inoltre corsi di formazione sui diritti delle donne e sulle politiche pubbliche volti alla promozione di pari opportunità.

Diritto alla sicurezza umana (8%)

Ogni anno oltre 300 milioni di persone sono colpite da disastri naturali o coinvolte in conflitti. ActionAid opera in diversi paesi che sono o sono stati di recente teatri di guerra, come il **Ruanda, il Burundi, la Sierra Leone, la Liberia, l'Afghanistan e il Nepal**. In tutte queste realtà ActionAid opera in un orizzonte di lungo periodo, con l'obiettivo di incoraggiare la ricostruzione sociale ed economica e, così, favorire una pace solida e duratura. Nel 2008, ActionAid Italia ha partecipato alla raccolta fondi per le emergenze causate dal ciclone Sydr in **Bangladesh** nel novembre 2007 e dal ciclone che ha colpito il **Myanmar** nel maggio 2008. Oltre ai soccorsi immediati, l'organizzazione ha avviato un programma dedicato alla costruzione di rifugi permanenti, secondo gli standard internazionali previsti dal programma SPHERE, che ActionAid ha sottoscritto. Nel 2008 sono stati inoltre raccolti fondi per il programma generico dedicato alle emergenze, attraverso il quale l'organizzazione affianca all'intervento umanitario e alla ricostruzione, il lavoro di prevenzione e riduzione del rischio di disastri, andando a intervenire direttamente sulle cause che determinano la catastrofe o il conflitto o che li rendono particolarmente devastanti.

Diritto ad una vita dignitosa per persone affette da HIV/AIDS (7%)

L'AIDS causa la morte, ogni giorno, di almeno 8.200 persone, la maggior parte delle quali in paesi poveri. Al mondo le persone sieropositive sono circa 40 milioni, il 64% delle quali vive nell'Africa sub-sahariana. Il diffondersi di questa malattia non è solamente un drammatico problema sanitario: è anche un grave ostacolo allo sviluppo economico e sociale dei paesi più poveri. I fondi raccolti a livello internazionale sono ancora molto lontani dal raggiungere le cifre stabilite dall'UNAIDS – l'agenzia dell'ONU per la lotta all'AIDS – e la maggior parte delle persone malate non può sostenere le spese per le cure. Da anni ActionAid lotta contro l'HIV/AIDS ed ActionAid Italia sostiene progetti dedicati a questo tema. Per citare un esempio, nell'area di Phnom Penh in **Cambogia** sono 250 le persone alle quali vengono offerti non soltanto assistenza sanitaria gratuita e accesso ai farmaci antiretrovirali, ma anche prestiti per avviare attività commerciali e corsi di educazione sessuale per spiegare come la malattia si diffonde e, quindi, prevenirne il contagio. Programmi simili vengono realizzati anche in **Uganda, in Bangladesh, in Pakistan, in India, in Zambia, in Vietnam e in Sud Africa**.

Diritto ad una governance giusta e democratica (6%)

Ancora troppe persone restano escluse dai processi decisionali che le riguardano, così come troppi soggetti politici ed economici non sono sufficientemente aperti e trasparenti. Un approccio alla governance basato sui diritti umani e sulla volontà di rafforzare il potere dei cittadini enfatizza la partecipazione dei cittadini e la possibilità per questi ultimi di far avanzare le proprie istanze,

rivendicare i propri diritti, prendere decisioni e responsabilizzare le istituzioni. ActionAid Italia ha sostenuto programmi legati al tema della governance in alcuni paesi dove l'organizzazione è presente da anni come l'**India**, il **Bangladesh**, il **Brasile**, l'**Uganda**, e in paesi come l'**Etiopia**, la **Nigeria** e l'**Afghanistan** dove la mancanza di una governance giusta e democratica impedisce un pieno sviluppo, limitando notevolmente le possibilità d'azione della società civile, a partire dai cittadini stessi e dalle loro organizzazioni. In Etiopia, ad esempio nell'area di Janamora, ActionAid ha organizzato corsi di formazione per le associazioni locali e i funzionari governativi su tecniche di pianificazione partecipata. Si è inoltre scelto di usare la radio come strumento di informazione e formazione sui diritti costituzionali, sulle pratiche tradizionali dannose per la salute femminile e su altri problemi sociali. Le sessioni di ascolto e discussione comunitarie, seguite da 1170 persone in 38 villaggi, si inseriscono in un percorso formativo più ampio volto, ad esempio, all'eliminazione di tali pratiche.

INFORMAZIONE E SENSIBILIZZAZIONE

Il **secondo** e il **terzo obiettivo della strategia italiana** spingono, rispettivamente, all'articolazione di posizioni autorevoli in grado di influenzare il dibattito politico e all'informazione e sensibilizzazione dei cittadini italiani sui temi legati alla lotta alla povertà. Anche in questo caso, le competenze e l'expertise maturate dall'organizzazione soprattutto sui temi dell'aiuto pubblico allo sviluppo e della lotta all'AIDS hanno permesso ad ActionAid di divenire un interlocutore privilegiato presso le istituzioni rilevanti e all'interno del mondo non governativo. All'alto credito di cui gode l'organizzazione presso questi soggetti non corrisponde tuttavia un'altrettanta popolarità presso il grande pubblico, dal momento che la conoscenza del brand ActionAid, seppur in crescita, si mantiene ancora a livelli contenuti, se comparata al livello di brand awareness di cui beneficiano altre organizzazioni del settore. Importante in questo senso sarà lo sforzo di integrare il più possibile la comunicazione esterna, rafforzando la coerenza dei messaggi e l'immagine di ActionAid come organizzazione che fa campaigning a tutto tondo. Un altro fattore su cui l'organizzazione dovrà concentrare i propri sforzi è quello legato allo sviluppo della propria capacità di prevedere l'evoluzione dello scenario politico, economico e sociale in cui opera, considerata l'alta dipendenza dall'ambiente esterno per un soggetto che fonda le proprie possibilità d'azione, da una parte, sull'ingaggio – economico e non – dei cittadini e, dall'altra, sull'apertura degli interlocutori istituzionali rispetto ai temi della lotta alla povertà, in modo da poter reagire prontamente al cambiamento. Altrettanto importante risulterà la capacità di promuovere proattivamente la propria agenda tanto nel dibattito politico quanto in quello mediatico, così come quella di rafforzare i sistemi di monitoraggio e valutazione della propria presenza sui mezzi di comunicazione.

Pur in un contesto difficile sviluppatosi a seguito del cambio di legislatura, ActionAid ha nel 2008 pubblicato il rapporto **“Che genere di cooperazione?”**, dedicato alla dimensione di genere nella cooperazione allo sviluppo italiana e lo ha presentato in occasione dell'8 marzo. Per la nostra organizzazione l'iniziativa del 2008 segna l'avvio anche in Italia di un programma dedicato all'agenda dei diritti delle donne.

Nel mese di maggio, ActionAid ha presentato l'edizione 2008 del rapporto **“L'Italia e la lotta alla povertà”**, quest'anno declinato attorno al ruolo di leadership che ci si sarebbe aspettati dall'Italia in vista della presidenza G8. L'esperienza del programma di ricerca creato da ActionAid sulle politiche di cooperazione del nostro paese è particolarmente positiva e in questi anni si sono moltiplicati i segnali di apprezzamento verso il nostro lavoro. L'evento di presentazione del rapporto ha confermato questo interesse, con gli interventi del Sottosegretario agli Esteri, Alfredo Mantica, e di Massimo D'Alema e Patrizia Sentinelli – rispettivamente Ministro degli Esteri e Viceministro con delega alla Cooperazione nel precedente governo Prodi. L'elaborazione del rapporto è stata accompagnata da una costante attività di analisi e pubblicizzazione, attraverso, ad esempio, l'aggiornamento dei blog dedicati all'Aiuto Pubblico allo Sviluppo (<http://actionaiditaly.blogspot.com>) e al G8 (<http://actiong8.blogspot.com>) e la partecipazione ad iniziative condivise con altre organizzazioni, quali ad esempio il cartello sull'efficacia dell'aiuto, coordinato dalla campagna delle Nazioni Unite per gli obiettivi del Millennio.

Nel quadro della campagna HungerFREE per il diritto al cibo, è stato portato a compimento un ambizioso programma di ricerca sul campo in Guatemala che, partendo da un'indagine sulla condizione dei lavoratori nelle piantagioni di caffè, ha portato all'elaborazione del rapporto **“Caffè Amaro”**, attorno al quale si articoleranno iniziative ad hoc nel corso del 2009. Il tema della crisi alimentare è stato inoltre al centro della presenza di ActionAid al Vertice G8 di Tokyo, dove l'associazione ha presentato il rapporto **“Cereal offenders”**, dedicato all'analisi delle politiche della comunità internazionale sia in termini di controllo delle speculazioni sui prezzi delle merci sia in termini di aiuti all'agricoltura.

Nel mese di dicembre ActionAid ha inoltre contribuito al lancio della coalizione italiana della Global Campaign for Education, da sviluppare nel 2009, anno in cui l'Italia detiene insieme alla Presidenza del G8, anche quella della Fast Track Initiative, l'iniziativa per l'accesso universale all'istruzione lanciata dalla World Bank nel 2002.

Nell'ultima fase dell'anno, ActionAid è stata intensamente impegnata nella preparazione delle attività delle organizzazioni non governative in vista del G8 2009, sia attraverso la collaborazione con reti italiane e internazionali (organizzando ad esempio l'incontro preparatorio della società civile internazionale ad ottobre) sia attraverso contatti con l'ufficio Sherpa del Presidente del Consiglio e con altre rilevanti istituzioni private, fra cui la Gates Foundation e l'Aspen Institute.

Il 2008 è stato sicuramente anche l'anno del dirompente impatto della crisi alimentare, con un preoccupante aumento del numero delle persone colpite dalla fame, che nei primi mesi del 2009 hanno superato la soglia del miliardo. In occasione del Vertice

straordinario della FAO tenutosi a Roma ai primi di giugno, ActionAid ha raccolto, grazie all'intesa attività di comunicazione, una significativa risposta da parte dei media, informando il pubblico sul problema della fame e sulle sue cause. Alla crisi alimentare è stata dedicata anche la collaborazione con la Fondazione **Arezzo Wave** che organizza una delle manifestazioni musicali più apprezzate in Italia (l'ItaliaWave Love Festival) e che, sponsorizzando la campagna HungerFREE per il diritto al cibo, ha consentito ad ActionAid di raggiungere un vasto pubblico di giovani potenziali attivisti.

Cogliendo l'occasione dei **Giocchi Olimpici** di Pechino, è stato realizzato un breve spot distribuito su diversi canali (internet, tv private, circuiti delle stazioni metropolitane e degli aeroporti) durante il periodo dei Giochi per ricordare al pubblico italiano la condizione di povertà in cui milioni di cinesi vivono e, al contempo, promuovere il sostegno alle loro comunità.

Sul versante delle **comunicazioni ai sostenitori** economici di ActionAid, ci si è concentrati molto su quelle attività rivolte alla fidelizzazione dei sostenitori esistenti grazie allo sviluppo di una vera e propria strategia di "crescita del sostenitore" che ha consentito di effettuare delle attività informative più mirate e strutturate. Nel 2008, partendo dal principio dell'importanza di coinvolgere il sostenitore nel lavoro che l'organizzazione svolge sul campo, è stata lanciata la seconda fase di un processo

internazionale che mira a rendere il sostegno a distanza più efficace in termine di sensibilizzazione dei sostenitori: ActionAid non vuole limitarsi a illustrare come il loro contributo economico venga utilizzato, ma si propone di mostrare come questo sostegno faccia la differenza per i più poveri. Questo processo, chiamato *Invigorating Child Sponsorship* prevede un miglioramento dei materiali informativi che i sostenitori italiani ricevono direttamente dai Programmi Paese, rendendoli non solo più attraenti ma qualitativamente superiori dal punto di vista contenutistico.

Attività di informazione e sensibilizzazione sono state inoltre portate avanti in network all'interno di progetti finanziati da donatori istituzionali. Durante tutto il 2008, ActionAid si è impegnata nel progetto finanziato dal Ministero degli Affari Esteri "**La salute globale: lotta alle malattie endemiche nei Paesi dell'Africa Subsahariana, dell'Asia e in America Latina. Campagna d'informazione sulla lotta alla malaria, alla tubercolosi, all'AIDS**". Il progetto, di cui ActionAid è capofila, ha coinvolto AIDOS, AMREF e CESTAS nella realizzazione di importanti attività di comunicazione su grandi quotidiani, periodici, radio e internet. Nel quadro della piattaforma co-finanziata dalla Commissione Europea, *True Development Through Health*, ActionAid ha inoltre completato la realizzazione del rapporto "**Le politiche che fanno la differenza**" dedicato al tema della salute globale e dei diritti sessuali e riproduttivi.

MOBILITAZIONE

Il **quarto obiettivo della strategia italiana** è dedicato alla mobilitazione dei cittadini italiani, passando per una maggiore visibilità dell'organizzazione. Sicuramente la credibilità e la continuità che contraddistinguono l'operato di ActionAid, da una parte, favoriscono la fidelizzazione dei sostenitori esistenti e, dall'altra, offrono una garanzia di affidabilità a chi avvicina l'organizzazione per la prima volta. Diventa dunque fondamentale la capacità di dare visibilità agli elementi distintivi dell'organizzazione, passando ad esempio attraverso una disseminazione e un utilizzo più efficaci delle proprie risorse e pubblicazioni, così come attraverso la capacità di popolarizzare la propria agenda, uscendo dalla nicchia degli esperti di settore e sfruttando le possibilità offerte dai nuovi mezzi di comunicazione, a partire dai social network.

ActionAid in Italia rimane leader nel **sostegno a distanza** grazie i) alle attività di reclutamento consolidate negli ultimi anni, ii) ai test di nuovi canali di reclutamento e di nuovi messaggi di promozione e iii) alle attività di fidelizzazione dei sostenitori attivi. In termini di stagionalità, è importante sottolineare che nel corso degli ultimi anni, i singoli semestri hanno assunto un trend costante: il primo semestre è infatti il periodo in cui si acquisiscono quasi due terzi dei sostegni a distanza, dal momento che in questo periodo si sommano ai risultati delle campagne di gennaio-aprile quelli delle campagne natalizie dell'anno precedente. Le richieste di adesione finanziaria si confermano sui trend degli anni precedenti con circa 38.300 richieste pervenute nel 2008. Al contempo, si registra una sensibile flessione nella trasformazione di richieste di informazioni in adesioni effettive. Le nuove adesioni nel 2008 sono state infatti 14.500 (circa 4,5% in meno rispetto al 2007), un calo riconducibile principalmente all'accresciuta concorrenza e alla costante tendenza alla saturazione dei canali di comunicazione tradizionalmente usati per il reclutamento dei nuovi sostenitori. La flessione più significativa, sia in valore assoluto che in termini percentuali, è stata quella registrata da internet, a causa di un'evidente saturazione degli strumenti utilizzati su questo canale (banner su siti terzi e invii massivi di e-mail). Per questo motivo è stata approfondita la ricerca di nuovi canali di reclutamento (come il telemarketing) che assicurassero un'alternativa a quelli tradizionali. Dall'altro lato, il "passaparola" si conferma come il canale più efficiente per reclutare nuovi sostenitori, sia in termini di costo che di conversione. Purtroppo, avendo già coinvolto praticamente tutti i sostenitori nel corso del 2007 con questo invito, nel 2008 è stato deciso di limitare queste richieste generalizzate ai sostenitori, ma piuttosto di individuare un "percorso ideale" da proporre loro, attraverso la collaborazione tra tutti i dipartimenti dell'organizzazione. Oltre al contributo economico, si vogliono infatti offrire proposte di approfondimento delle tematiche connesse alla lotta alla povertà e di sostegno alle attività di campaigning presso le istituzioni, nazionali e internazionali.

Sempre in un percorso di "**crescita**" del sostenitore, sono proseguite le attività di richiesta di "trasferimento" di coloro che già aderiscono al sostegno a distanza verso forme più flessibili di collaborazione come ad esempio il *Big Step*, attraverso il quale viene rivolta ai sostenitori la richiesta di utilizzare una maggiore quota del loro contributo economico per attività non vincolate a interventi specifici, il che consente di gestire i fondi in modo più flessibile. Nel 2008 questa proposta è stata fatta a circa 21 mila sostenitori che

avevano avuto con l'organizzazione un rapporto continuativo superiore a due anni e mezzo e ha consentito il trasferimento di più del 65% di loro: un risultato superiore a quello registrato nel 2007 che testimonia la crescente fidelizzazione dei sostenitori ad ActionAid.

Il piano di **fidelizzazione** dei sostenitori attivi è stato potenziato durante l'anno e, soprattutto, alla fine del secondo semestre per contrastare gli effetti legati alla crisi economica scoppiata ad ottobre. L'obiettivo – raggiunto in quanto le previsioni iniziali di 12.400 abbandoni si sono concretizzati in 12.282 alla fine dell'anno, in linea con il trend degli anni precedenti – è stato quello di rendere stabile e se possibile ridurre il tasso di abbandono. A fine anno, si è comunque deciso di monitorare con maggior attenzione questa variabile, in quanto la crisi economica potrebbe fare alzare il tasso di abbandono nei prossimi anni, e di adottare un approccio più propositivo nei confronti dei sostenitori. Da un'indagine telefonica effettuata nel mese di giugno per comprendere meglio i motivi di mancato rinnovo del sostegno da parte dei sostenitori, su 10 intervistati, 4 lo imputano a "problemi economici", 2 lo riconducono a "problemi personali" (cambiamenti nella situazione familiare, lavorativa, etc), mentre gli altri si dividono tra quelli che hanno scelto di sostenere principalmente un'altra organizzazione o che hanno riscontrato problemi nella loro relazione con ActionAid. L'investimento in questo tipo di ricerche ci permette di monitorare l'evoluzione dell'impatto di fattori esterni sulle attività di fidelizzazione e, soprattutto, consente un miglioramento delle procedure interne.

Alla luce degli effetti drammatici della crisi alimentare, le attività di mobilitazione del 2008 si sono inevitabilmente concentrate attorno al tema del diritto al cibo, sotto il cappello della campagna quinquennale **HungerFREE**. Alla fine di febbraio è stata riproposta alla Stazione Garibaldi di Milano la maratona di un'intera giornata "*Diamo scacco alla fame*" in collaborazione con Centostazioni. Una scenografica scacchiera all'interno della stazione ferroviaria di Milano Porta Garibaldi riportava l'attenzione di viaggiatori e passanti al problema del diritto al cibo, invitandoli a fare la loro mossa contro la fame, attraverso le varie iniziative legate alla campagna HungerFREE, prima fra tutte la Maratona di Roma del 16 marzo. In quest'occasione, infatti, il Segretario Generale dell'organizzazione, dalle pagine del sito creato per l'occasione (www.marcoerre.it), ha invitato tutti a seguirlo per promuovere HungerFREE. Il tema del diritto al cibo è rimasto al centro dell'agenda dell'organizzazione, che ha ribadito l'urgenza di risposte concrete alla crisi alimentare nei giorni del Vertice straordinario della FAO tenutosi a Roma all'inizio di giugno. In quell'occasione, ActionAid è stata protagonista di una spettacolare azione dimostrativa organizzata all'alba al Circo Massimo: un gruppo di attivisti e membri dello staff ha infatti srotolato uno striscione di 200m. in cui si chiedeva di porre fine al business della fame, partendo dall'assunto che l'attuale crisi alimentare non sia legata alla scarsità di risorse, ma sia invece un prodotto di scelte politiche ingiuste da parte di governi e multinazionali.

5. ATTIVITA' STRUMENTALI

SVILUPPO DELL'ORGANIZZAZIONE INTERNAZIONALE

Il **quinto** e il **sesto obiettivo della strategia nazionale** prevedono, rispettivamente, che ActionAid in Italia svolga un ruolo di guida nello sviluppo dell'organizzazione internazionale e contribuisca alla crescita globale dell'organizzazione.

La **struttura internazionale** di ActionAid è il risultato di un processo di trasformazione che ha interessato tutta l'organizzazione dal 2002 e al 2004, alla cui origine vi è stata la convinzione di poter essere credibili ed efficaci solo costruendo un network che davvero rappresentasse il Sud del mondo, conferendo maggiore autonomia, autorità e responsabilità nei processi decisionali ai membri del network, indipendentemente dalla provenienza delle risorse. Dal 2006 ad oggi è stato sviluppato, con la partecipazione di tutte le componenti dell'associazione, un processo di revisione della governance internazionale, che ha visto la graduale evoluzione del sistema di governance degli associati e affiliati e dell'intera struttura. Si è passati da un sistema meno articolato, che implicava un unico livello di governance, il Consiglio Direttivo – che con la crescita del numero dei suoi componenti, proporzionale al numero degli affiliati, rischiava di rallentare il processo decisionale – a una struttura federale, caratterizzata da un'Assemblea Generale e un Consiglio Direttivo, affiancato da 3 comitati permanenti con potere di indirizzo. La nuova struttura prevede che la partecipazione nell'organo assembleare avvenga in rappresentanza delle organizzazioni nazionali mentre la partecipazione nel Consiglio sia a titolo personale. L'organizzazione italiana ha partecipato in modo sostanziale a questo processo, contribuendo sia nella fase di negoziazione iniziale sia nella fase di perfezionamento del modello. I cardini dell'impegno italiano si sono espressi nella volontà di assicurare il massimo grado di pluralismo interno all'Assemblea, la conformità alla strategia e il consolidamento della struttura. La centralità del contributo italiano si è espressa chiaramente nella decisione di svolgere la prima assemblea generale di ActionAid International a Roma nel giugno 2009. L'Italia continuerà quindi a svolgere con impegno il proprio ruolo di protagonista all'interno degli organi di governance internazionale, partecipando attivamente ai lavori dell'assemblea generale e ai gruppi di lavoro tematici che vedono coinvolti i membri degli organi associativi nazionali.

Rientrano inoltre nella realizzazione del quinto obiettivo della strategia nazionale (relativo all'acquisizione di una leadership matura dell'organizzazione internazionale) tutte le attività volte alla generazione di fondi svincolati, attraverso i quali è ad esempio possibile contribuire all'integrazione di altre organizzazioni esterne ad ActionAid, come è stato nel 2008 il caso di NiZA, MS e Austcare. La strategia intrapresa dal 2005 per l'ampliamento della raccolta di fondi flessibili per il perseguimento degli scopi istituzionali è

continuata nel 2008 attraverso la promozione dei programmi "Amico di Actionaid/Amico Paese" (a cui aderiscono 12.443 sostenitori) e "Big Step" (accolto da 42.285 sostenitori). Tuttavia, il fatto che i fondi flessibili continuino ad essere generati principalmente in Italia e Gran Bretagna, unito alle difficoltà che si trovano ad affrontare gli altri affiliati e associati nei rispettivi mercati e ai possibili rischi derivanti dall'espansione in altri paesi, rappresenta una delle sfide su cui i frutti si possono raccogliere solamente nel giro di qualche anno.

Il buon radicamento all'interno del network internazionale, unito a prassi e sviluppi organizzativi particolarmente innovativi, mette ActionAid Italia nella condizione di poter offrire un contributo significativo alla crescita globale e internazionale dell'organizzazione (obiettivo sei della strategia nazionale). ActionAid Italia svolge, in particolare, un ruolo di primo piano attraverso la funzione di coordinamento della regione europea e dell'espansione in nuovi paesi (nel 2008 è continuato il lavoro in Australia, Olanda, Danimarca e Francia), svolta dal proprio Segretario Generale. Nel corso del 2008 la regione Europa ha peraltro compiuto significativi progressi nel consolidamento dei rapporti interni e della rappresentanza esterna. Si è proceduto, a un maggiore coordinamento delle funzioni Finanza, Risorse Umane e International Partnership Development anche grazie alla ristrutturazione dell'ufficio di Bruxelles con il reclutamento della nuova figura di "Europe e New Countries Manager". Tale ristrutturazione ha avuto anche un significativo impatto sull'esterno con riferimento all'integrazione del lavoro di policy e campaigning, grazie al reclutamento di un "Europe Policy and Campaigns Manager".

SVILUPPO DELL'ORGANIZZAZIONE NAZIONALE

L'**obiettivo sette della strategia nazionale** impegna l'organizzazione allo sviluppo delle proprie risorse umane e della propria governance.

Rispetto alla **struttura operativa** e allo staff che ne fa parte, si può rilevare come il 2008 sia stato un anno di consolidamento e di analisi delle dinamiche organizzative. L'organizzazione nel suo insieme ha continuato a lavorare sui punti emersi dal sondaggio sul clima lavorativo svolto nel 2007: il management ha analizzato, scelto e suddiviso i suggerimenti qualitativi arrivati dallo staff invitando le diverse aree e dipartimenti a fare propri, inserendoli nei piani di azioni, i punti attinenti al proprio ambito lavorativo e applicando attraverso la funzione risorse umane misure utili a rispondere ad alcune esigenze dello staff.

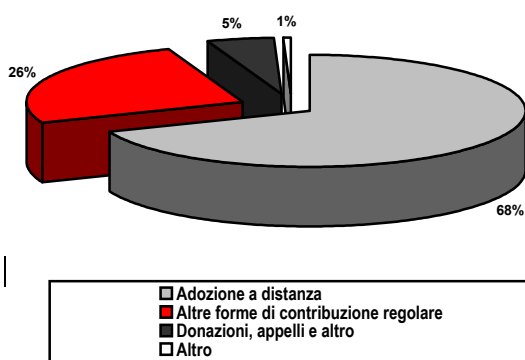
Elementi provenienti da questo sondaggio, uniti alle revisioni interne che ActionAid svolge ogni anno, alle considerazioni del Consiglio Direttivo in merito al ruolo di rappresentanza esterna del Segretario Generale e a una revisione esterna del modo in cui l'organizzazione si occupa di campaigning, hanno portato il management a una riflessione approfondita sulla necessità di eventuali cambiamenti a livello di cultura organizzativa, modalità di lavoro e struttura, che permettano di raggiungere al meglio gli otto obiettivi della strategia italiana per il periodo 2005-2010. A partire dal mese di luglio, è stato dunque avviato un progetto denominato **ActionAid 2.0** che – prendendo in considerazione gli aspetti di modifica della struttura, la variazione dei mansionari e l'apertura di nuove posizioni, uniti ad elementi di comunicazione interna e pianificazione – ha cercato di preparare l'organizzazione a lavorare in maniera ancora più efficace a partire dal 2009.

La scelta strategica connessa alla necessità di dare visibilità all'organizzazione sulla scena politica e mediatica nazionale, anche attraverso una sempre maggiore presenza dei portavoce dell'organizzazione, si è tra l'altro concretizzata anche con il trasferimento in nuovi spazi più adeguati alle crescenti esigenze nel centro della capitale. La sede romana, per quanto numericamente secondaria rispetto a quella di Milano, si può oggi considerare dal punto di vista informativo e funzionale adeguatamente collegata con gli uffici milanesi e con il resto dell'organizzazione internazionale.

Nel 2008 sono stati destinati alla formazione 48euro/000, pari al 2% dei costi del personale. Il processo di inserimento guidato (*induction*) dei nuovi membri di staff è stato inoltre aggiunto come parte integrante della policy di formazione interna, in quanto strumento fondamentale per introdurre il personale alla visione, ai valori e alle pratiche dell'organizzazione e assicurare un'integrazione rapida all'interno dell'organizzazione, migliorando così l'esperienza lavorativa.

Sul versante della **governance nazionale**, in linea con la strategia quinquennale – che prevede di raggiungere il numero di 30 soci entro il 2010 – nel corso del 2008, il numero dei componenti dell'Assemblea dei soci è passato da 18 a 26, con un notevole aumento della componente femminile (6 degli 8 nuovi soci ammessi nel 2008 sono donne). L'Assemblea ha rinnovato il mandato in scadenza a Matteo Passini, riconfermato Presidente dell'associazione per ulteriori tre anni.

RISORSE 2008 PER TIPOLOGIA



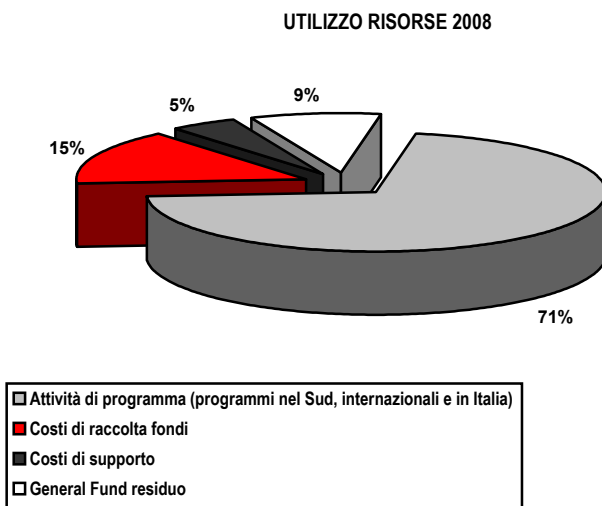
APPROVVIGIONAMENTO E IMPIEGO DELLE RISORSE

L'**ottavo obiettivo della strategia nazionale** prevede che l'organizzazione raggiunga un'eccezionale efficienza operativa. Questo presupporrebbe, innanzitutto, che resti invariata o diminuisca la percentuale di fondi raccolti destinata alle spese di raccolta fondi e supporto. A questo proposito sono state avviate azioni utili a perseguire obiettivi mirati al taglio dei costi e alla responsabilità sociale e ambientale dell'organizzazione nello svolgere le proprie attività. Seguendo il principio di *cost consciousness* (consapevolezza dei costi) e il criterio di *cost effectiveness* (misurazione e efficacia di

spesa), l'organizzazione si è impegnata a monitorare e misurare la spesa interna e a responsabilizzare ogni risorsa umana a razionalizzare i costi nell'operato quotidiano. L'investimento sulla banda larga e su una maggiore e più adeguata connettività, la promozione del sistema di comunicazione VOIP e la sistematizzazione della telefonia mobile, oltre che a limitare i costi di telefonia, hanno contribuito ad assicurare una maggiore vicinanza tra lo staff dislocato nelle due sedi anche al fine di ridurre gli spostamenti necessari per la comunicazione interna. Tali investimenti hanno posto le basi per il piano di sviluppo del 2009 che ritiene prioritaria la massima integrazione tra tutte le sedi nazionali e internazionali. Particolare attenzione è stata posta, dal punto di vista dei servizi interni, all'aumento all'implementazione pratica, peraltro già di buon livello, delle modifiche apportate dall'attuale t.u.81 ex l.626 in tema di sicurezza sul posto di lavoro.

Le **entrate** complessive del 2008 ammontano a **43,9 milioni di euro**, di cui 43,7 sono costituiti da proventi derivanti da attività di raccolta fondi, mentre i restanti 0,2 milioni da proventi finanziari. I proventi istituzionali per circa 41,5 milioni di euro (94,5% sul totale delle entrate) provengono quasi esclusivamente da donazioni regolari di privati cittadini che offrono il loro sostegno attraverso varie modalità che presuppongono un legame di medio e lungo termine. Altri 2 milioni di euro circa (pari al 5% sul totale delle entrate), sono pervenuti all'organizzazione per il finanziamento di progetti speciali e appelli, nonché a seguito dell'incasso della quota del 5 per mille dell'IRPEF sui redditi del 2005, risultante dalle dichiarazioni dei redditi 2006, destinata ad ActionAid da parte di 25.438 contribuenti, per un importo complessivo di 867mila euro. Anche grazie a quest'ultima entrata, i proventi dell'anno hanno superato quanto realizzato nel 2007 (+4,6%) ma anche le previsioni di budget e la sua rivisitazione effettuata in corso d'anno.

Il fatto che nel 2008 più del 50% dei versamenti dei donatori regolari siano stati realizzati tramite RID rappresenta sicuramente un punto di forza dell'organizzazione, tanto più se si paragona questo dato alla media nazionale che è stimata attorno al 2%. Per i sostenitori l'uso del RID assicura un costo minore di transazione (dal momento che molte banche non applicano commissioni per le donazioni alle ONLUS) e evita di dover fare la fila alle filiali bancarie o postali; per l'organizzazione, la scelta del RID garantisce entrate regolari per i progetti e ne assicura la stabilità finanziaria.



Del totale delle entrate circa il 68% (**30 milioni di euro**) è stato destinato al lavoro di programma di cooperazione allo sviluppo e ai progetti del Sud del mondo. Circa 9,8 milioni di euro hanno finanziato le altre attività dell'organizzazione: raccolta fondi e marketing, amministrazione e gestione degli uffici e attività di informazione e sensibilizzazione rivolte al pubblico italiano. Per poter rendere disponibili i mezzi utilizzabili nel perseguimento della missione, (attività istituzionale di programma) sono state utilizzate risorse a ciò strumentali: da un lato infatti, gli oneri di promozione e raccolta fondi, direttamente strumentali, e dall'altro gli oneri di supporto generale, gli oneri finanziari e gli oneri straordinari, indirettamente strumentali. Da un punto di vista generale, le spese dirette di marketing e raccolta fondi si sono rivelate a consuntivo inferiori al budget (-6 %) mentre gli oneri di supporto generale si sono consumati in linea con il

budget. Si sottolinea, tuttavia, che le spese dirette di raccolta fondi sono incrementate del 21% rispetto al 2007, comunque nel pieno rispetto del budget approvato. Ciò accade secondo un trend ormai osservabile da alcuni anni, che vede assottigliarsi di anno in anno il rapporto tra fondi al netto dei costi di raccolta e totale fondi raccolti.

TREND NET INCOME AFTER FUNDRAISING COSTS					
	2004	2005	2006	2007	2008
	actual	actual	actual	actual	actual
Sponsorship income	25.108	27.200	35.016	40.284	41.501
Other income	1.629	1.497	1.130	1.490	2.227
Total income	26.737	28.697	36.146	41.774	43.728
Sponsorship costs	780	1.465	2.513	4.941	6.091
Other fundraising costs	1.073	859	624	656	676
Total fundraising costs	1.853	2.324	3.137	5.597	6.767

Net sponsorship income	24.328	25.735	32.503	35.343	35.410
Net NON sponsorship income	556	638	506	834	1.551
TOTAL NET INCOME	24.884	26.373	33.009	36.177	36.961
% net on total sponsorship income	97%	95%	93%	88%	85%
% net on total NON sponsorship income	34%	43%	45%	56%	70%
% net on TOTAL	93%	92%	91%	87%	85%

Ciò è attribuibile principalmente all'aumento del *cost per enquiry* (cioè dei costi di reclutamento di nuovi sostenitori, in un mercato sempre più concorrenziale per il settore di riferimento) e della conseguente necessità di investire in ricerche su potenziali nuovi canali e/o strumenti, quali ad esempio la *supporter zone*, cioè una piattaforma interattiva sul web, che si prefigge di fidelizzare e mobilitare i sostenitori attraverso le cosiddette *supporter journeys* personalizzate. Il costo nonché il numero del personale dedicato alle attività promozionali è altresì aumentato, essendo qui inclusa parte dello staff addetto all'ufficio di comunicazione esterna, precedentemente imputato agli oneri di supporto generale.

Per quanto riguarda gli oneri di supporto generale, compresi gli oneri finanziari e straordinari, si registra un incremento del 9 % circa rispetto allo scorso anno: si registrano in particolare aumenti nelle spese per servizi, che comprendono costi accresciuti rispetto all'esercizio precedente, quali i canoni di manutenzione su un complesso di strumenti in dotazione che cresce ogni anno proporzionalmente all'aumento delle persone e delle attività svolte, così come aumentano in generale i volumi di servizi e materiali, di tutto ciò che è strumentale all'operatività dell'organizzazione, compresi gli spazi degli uffici e il relativo canone di affitto.

Alla fine del 2008 si rileva un avanzo di gestione di fondi flessibili di 1,3 milioni di euro: con decisione dell'Assemblea, contestuale all'approvazione del presente bilancio, tali fondi liberi potranno essere messi a disposizione del Segretariato Internazionale, essendo già congruo il livello delle riserve nazionali, in ossequio alla politica di gruppo in merito, che prevede prudenzialmente di mantenere ad immediata disposizione dell'organizzazione un importo corrispondente a tre mesi delle spese annuali come approvate a budget per l'anno successivo. La quota di fondi che verrà deliberata come ulteriore contributo italiano alle attività del network internazionale va sommata al contributo già erogato in corso d'anno e pari a 2,8 milioni di euro, portando a oltre 4 milioni di euro l'apporto italiano del 2008 in termini di General Fund.

6. PROSPETTIVE: UNO SGUARDO AL FUTURO

Anche il 2008 è stato un anno di **rettifica delle prospettive riguardanti la sostenibilità economica dell'associazione in Italia**. Un anno in cui una volta di più l'organizzazione italiana non ha privilegiato obiettivi di crescita quantitativa di per sé, al fine di incontrare le necessità dell'organizzazione internazionale, anche alla luce del contesto socio-economico di recessione che si è reso manifesto dopo la crisi dei mercati finanziari, a partire dalla seconda metà del 2008. Questo approccio – in linea con gli obiettivi 5 e 6 della strategia nazionale – ha comunque prodotto per converso la continuazione di un sostanziale investimento sul mercato italiano da parte del Segretariato Internazionale che ne ha percepito l'interesse relativo rispetto agli altri mercati attivi (UK, Irlanda, Svezia, Olanda, Australia) o in via di attivazione fra i nuovi associati.

E' fondamentale osservare come questo salto in avanti nella capacità italiana di rendere disponibili risorse flessibili per l'utilizzo del network internazionale, sia il primo vero cambiamento del pattern con cui il lavoro internazionale si sostiene. Se l'Italia è di fatto risultata il motore della crescita dei volumi di income del network internazionale per circa un decennio, ora la crescita nei volumi è meno rilevante ma molto più rilevante per la sostenibilità generale dell'organizzazione è la qualità delle risorse messe a disposizione. Nel corso degli anni a venire la crescita nei volumi avverrà principalmente in Grecia ed altri paesi, mentre l'Italia diventa fondamentale per una graduale sostituzione ed aiuto dell'impegno finora isolato di UK nel sostegno alle attività internazionali del network.

La ricerca di un tipo di fundraising maggiormente orientato alla raccolta di fondi svincolati dovrebbe comportare anche una maggior funzionalità del legame con i sostenitori nel lungo periodo. Come già anticipato, dunque, nel corso degli anni a venire la sfida maggiore per ActionAid in Italia sarà quella di contenere o possibilmente ridurre il tasso di ritiro sul sostegno a distanza e quello connesso ai trasferimenti al Big Step. Naturalmente questo sforzo nel fundraising dovrà andare di pari passo con quelli nella comunicazione istituzionale e nell'analisi delle politiche di cooperazione che necessita di un pazientissimo ingaggio nelle coalizioni con altri soggetti tematici o generalisti, soprattutto ora, nel momento in cui ci troviamo al centro di una articolata costellazione di soggetti attivi attorno al G8 che si terrà in Italia nel luglio 2009.

L'esperienza dimostra che per produrre occasioni di campaigning di massa (che saranno necessarie sia come parte della campagna sul diritto al cibo Hunger Free, sia in vista della preparazione del G8 del 2009) occorre investire nella tessitura di relazioni capaci di aggregare soggetti anche diversi provenienti dai vari movimenti della società civile. Tutto questo in un contesto che necessita ancora

di un lavoro di capacity building delle altre ONG e, in parte, delle istituzioni, al quale lo staff di ActionAid si accosta per necessità e per tener fede al proprio *core brand* incentrato sul concetto di togetherness e alla propria strategia di mobilitazione di un fronte allargato di interesse sui temi della povertà.

Ci siamo, nel 2008, trovati ancora a dover sostenere il peso delle istanze di coordinamento di cui siamo artefici (CINI, GCAP, AGIRE, Valore Sociale). Se si può dire con certezza che il ruolo centrale assunto da ActionAid deve anche essere motivo di orgoglio per una credibilità ormai raggiunta in varie sedi, va anche segnalato che la nostra maggiore esposizione "politica" andrà accompagnata costantemente da un investimento con ritorni non immediati sulla visibilità del marchio.

7. Proposta di destinazione del risultato di gestione

Alla fine del 2008 si rileva un avanzo di gestione di fondi flessibili di 1.306 mila euro. In ossequio alla politica di gruppo in merito alla consistenza delle riserve, che prevede prudenzialmente di mantenere ad immediata disposizione dell'organizzazione un importo corrispondente a tre mesi delle spese annuali previste per l'anno successivo, tali fondi liberi possono essere messi in parte a disposizione del segretariato internazionale ed in parte possono essere destinati ad integrazione delle riserve nazionali.

Si propone che il risultato di gestione venga dunque così allocato:

-a "risultato esercizi precedenti" per adeguamento riserve	29.000
-a "contributo a Actionaid International"	<u>1.277.823</u>
Totale	1.306.823

La quota di fondi che deliberata come contributo italiano alle attività del network internazionale verrà utilizzata per finanziare specifici programmi paese o il lavoro di coordinamento degli uffici regionali, nonché attività nuove come l'espansione in nuovi paesi ricchi che peraltro viene affidata al Segretario Generale di AA Italia in qualità di International Director for Europe, New Countries and Planning.

Presentato all'Assemblea dei Soci del 28/06/2009