

Nella giornata del 04 aprile 2016 è stato realizzato un Laboratorio Formativo dal titolo **“Accountability nel Terzo Settore”**, nell’ambito del più ampio Ciclo di Incontri Formativi “Insieme per un’Economia Sociale”, tenuto dal Dr. Roberto Museo Direttore di CsvNet (Coordinamento Nazionale dei Centri di Servizio per il Volontariato).

ACCOUNTABILITY

È necessario che ogni Organizzazione del Terzo Settore si *“renda conto”* che occorre *“render conto”* a tutti gli *stakeholder* (portatori di interesse). Ecco perché oggi si parla di *Accountability*. Qual è il significato letterale di questo termine anglofono? Letteralmente significa *Responsabilità*: ovvero assunzione di responsabilità da parte di ogni singola organizzazione di *“dare conto”* delle attività che svolge. Per cui essa da un lato presuppone trasparenza e dall’altro esprime responsabilità informativa. Infatti le organizzazioni di Terzo Settore sono interpellate a costruire relazioni di fiducia verso la comunità con l’intento di aumentare credibilità nei confronti degli stakeholder, attraverso due strumenti fondamentali: Trasparenza e Responsabilizzazione.

L’accountability prevede da un lato la rendicontazione economica (che fornisce informazioni di carattere quantitativo: stato patrimoniale, risultato di esercizio, regole e principi contabili atti a misurare il risultato di esercizio) e dall’altro la rendicontazione sociale (che si compone di cifre, fatti e valori etici). Quest’ultima si avvale di un preciso strumento: il Bilancio Sociale. L’ambito di questa rendicontazione infatti, terrà conto da un lato oltre che del valore economico anche di quello sociale creato dalle organizzazioni attraverso le scelte e le azioni e dall’altro dell’ampiezza degli interessi di cui *“si tiene”* e *“si rende”* conto.

BILANCIO SOCIALE

Il bilancio sociale rappresenta l’esito di un processo attraverso cui una Organizzazione di Terzo Settore *“rende conto”* a tutti gli stakeholder interni ed esterni, della propria mission, dei propri obiettivi, delle proprie strategie ed attività e che tiene conto sia di aspetti sociali che economici. Esso ha valore di informativa, ha significato gestionale, di governance, di comunicazione e di relazione. Le sue caratteristiche fondanti afferiscono a: coerenza, periodicità, identificabilità, pubblicità, favorire relazioni.

Museo fa una distinzione tra bilancio sociale e bilancio di missione: quest’ultimo infatti è ricompreso all’interno del più ampio quadro del bilancio sociale. Infatti dalla funzione del bilancio sociale, che pone in luce dati ed informazioni rilevabili e rilevanti per tutti gli stakeholder: responsabilità, impegni, comportamenti e risultati delle azioni, si estrapola il bilancio di missione la cui rendicontazione riguarda: il contenuto della mission, le strategie in cui si declina, le attività realizzate per il perseguimento delle stesse, i risultati relativi e rispetto ad una Odv anche questioni relative alle caratteristiche fondamentali distintive (presenza volontariato, assenza scopo di lucro ecc). Pertanto, per una organizzazione non profit, il bilancio di missione unitamente a quello di esercizio è necessario per rendere conto circa l’adempimento della propria missione istituzionale.

CODICE ETICO

Museo ha parlato brevemente anche di codice etico, mezzo efficace a disposizione delle imprese e/o organizzazioni per prevenire comportamenti irresponsabili o illeciti da parte di chi opera in nome e per conto delle stesse, poiché introduce una definizione chiara ed esplicita delle responsabilità etiche e sociali dei propri interni verso i diversi gruppi di stakeholder.