DE-TAX

GLOBALIZZAZIONE DELLA SOLIDARIETA'

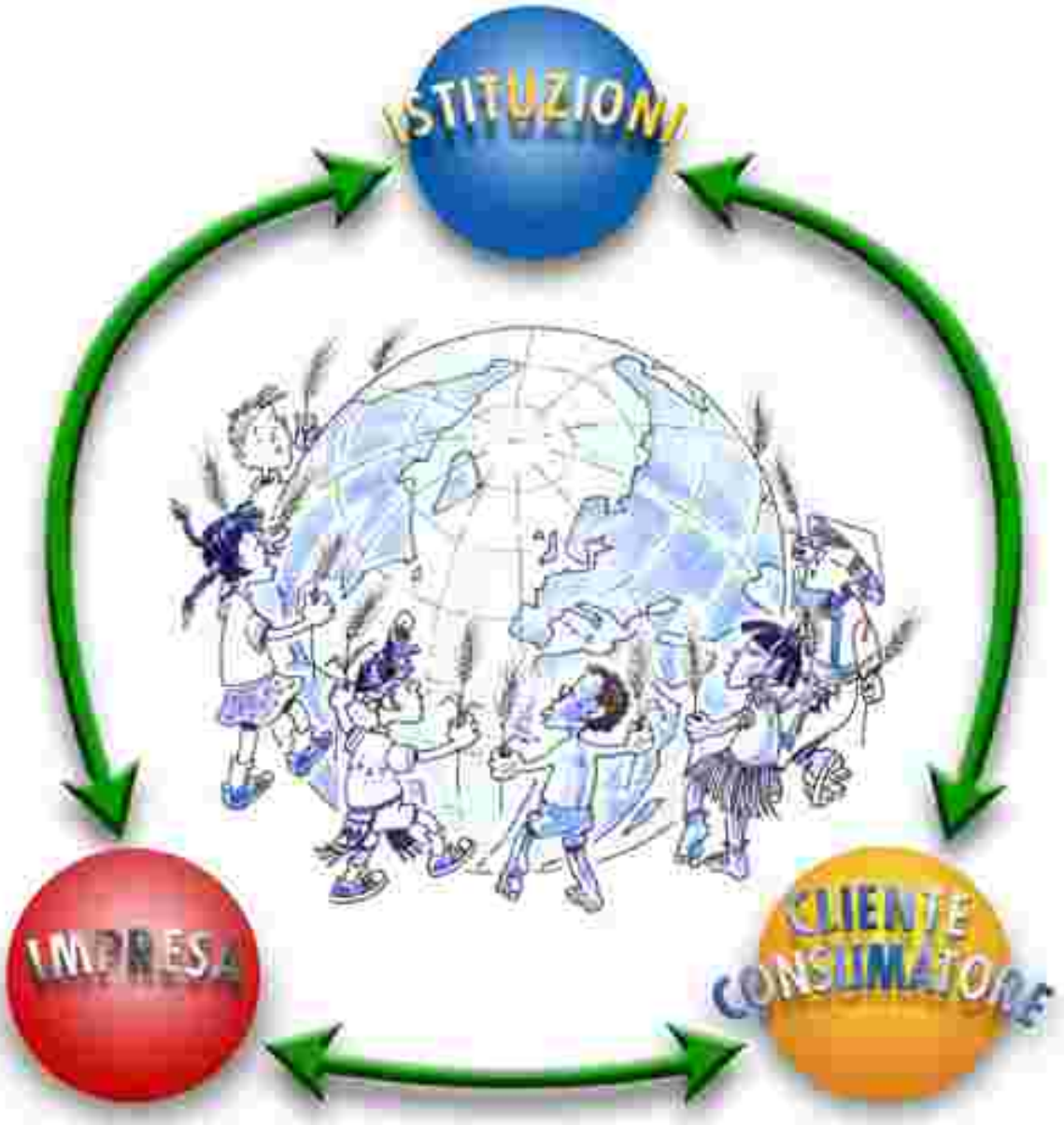
PROGETTO MONDIALE PER AVVICINARE IL NORD E SUD DEL MONDO

PROGETTO "UN PER CENTO"©

L'IMPRESA E IL CLIENTE-CONSUMATORE STRUMENTI DI SOLIDARIETA' INTERNAZIONALE

1% WES WORLD ENTERPRISE SOLIDARITY

SUSSIDIARIETA'



SOLIDARIETA'

L'IMPRESA E IL CLIENTE-CONSUMATORE
STRUMENTI DI SOLIDARIETÀ INTERNAZIONALE

Il Progetto "Un Per Cento" è un'iniziativa di carattere mondiale finalizzata a raccogliere e devolvere in progetti di solidarietà una percentuale del corrispettivo dei consumi.

Aspira a creare un movimento internazionale in grado di far comprendere che le sole "briciole" (l'1% dei consumi) rappresentano, se utilizzate in forma organizzata e solidale, risorse tali da permettere l'avvio dello sviluppo equilibrato in tutto il pianeta.

L'iniziativa coinvolge la persona nel momento in cui si fa consumatore finale, dandogli la possibilità di capire che soddisfacendo i propri bisogni può contribuire allo sviluppo di ogni Paese.

Questa equazione spiega in sintesi i principi ispiratori del progetto:

+ SOLIDARIETÀ + SUSSIDIARIETÀ =
- INGIUSTIZIA - POVERTÀ

SOLIDARIETÀ = RICERCA DEL BENE COMUNE: attraverso questo progetto l'impresa - luogo ideale di incontro e di crescita fra coloro che concepiscono il lavoro come strumento di solidarietà, si tratti di lavoro autonomo o subordinato - diventa mezzo di sviluppo culturale e di sensibilizzazione per una vera solidarietà internazionale. Il ruolo del profitto è essenziale: senza di esso l'impresa non potrebbe continuare ad operare in quanto consumerebbe ricchezza invece di produrne.

SUSSIDIARIETÀ = INSIEME PER LO SVILUPPO: le diverse formazioni sociali e le istituzioni pubbliche o private devono operare integrando le proprie risorse e competenze, per valorizzare le potenzialità di ciascun operatore sociale, finalizzandole al raggiungimento del bene comune.

PROGETTO "UN PER CENTO"

"Ciao, ti posso offrire un caffè?"

"Sì, andiamo in questo bar: è un bar 1% solidarietà!"

"Che vuol dire?"

"Il barista concede ai clienti l'1% di sconto su tutte le consumazioni, purché lo destinino ad un progetto di solidarietà."

"Ah sì? ma chi mi garantisce che questi soldi vadano proprio in un progetto di solidarietà?"

"Te lo garantisco io e tutti coloro che come me hanno dato vita ad un Comitato di garanzia che può renderti conto di ogni centesimo raccolto. Anche tu ne puoi far parte e collaborare, anche solo bevendo un caffè, a realizzare il Villaggio – Impresa in Madagascar, o il Villaggio del Fanciullo in Lituania!"

"Ma chi decide quali progetti finanziare?"

"Il Comitato mondiale di garanzia che valuta le varie proposte, anche dei clienti."

"Ma vuoi dirmi che al barista non ne viene nulla?"

"Certo! Tanti clienti in più che apprezzano la sua capacità di unire la solidarietà ad un buon caffè. Sai, la solidarietà è anche una buona pubblicità!!"

"Io compro sempre qui i miei vestiti: hanno bei modelli, tutte le taglie e...mi aiutano!"

"Ti aiutano a far che?"

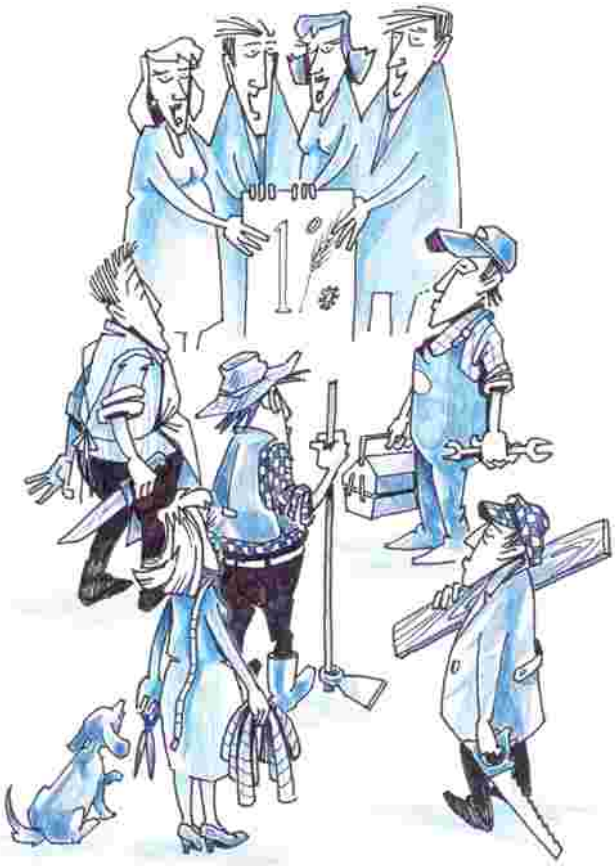
"A fare solidarietà oggi verso gli altri e domani verso me stessa e i miei figli."

"Non capisco....."

PROGETTO "UN PER CENTO"

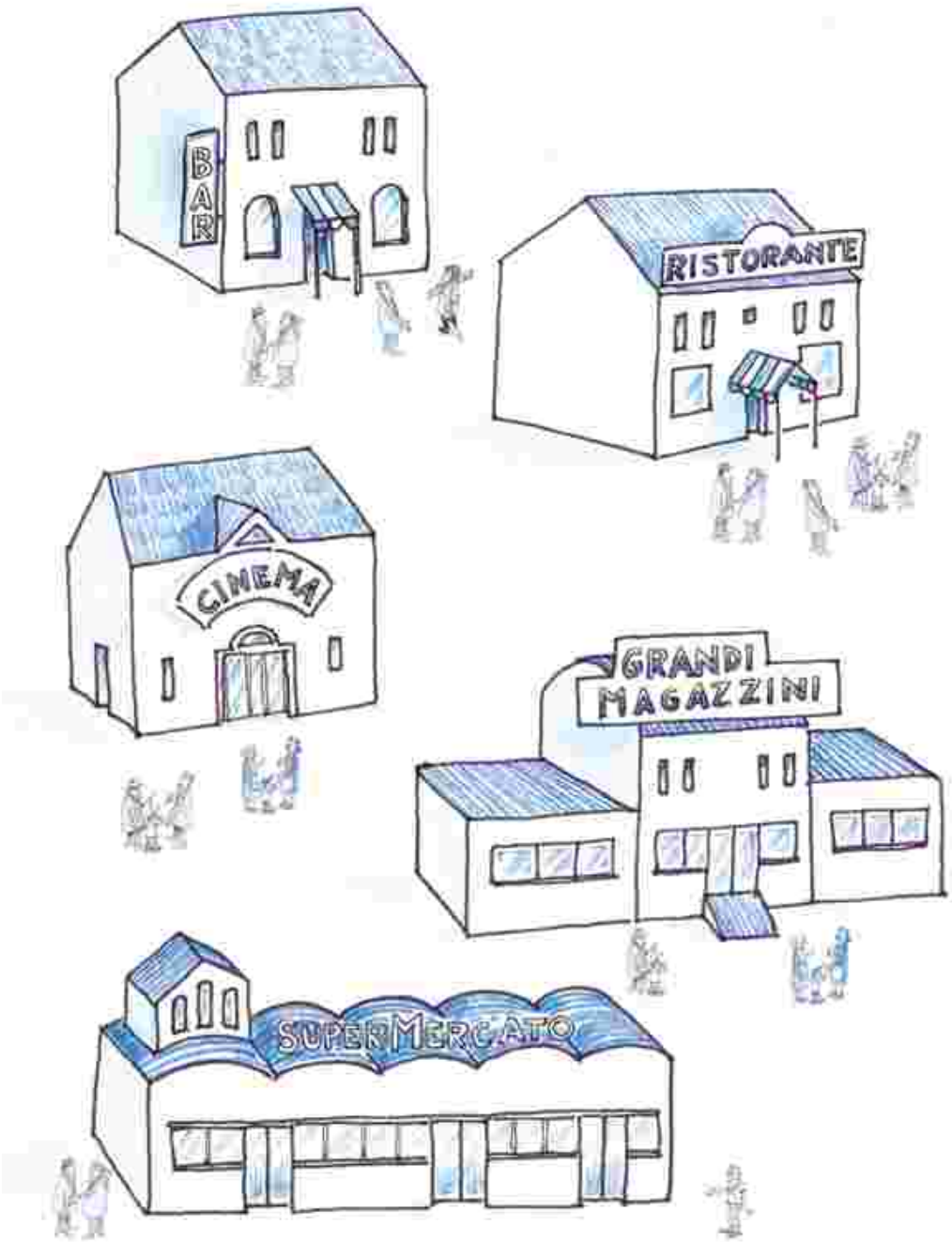
"Ai miei clienti concedo due sconti: l'1% da destinare ad un progetto di sviluppo per chi ne ha bisogno e l' '1% previdenza per la pensione di domani."

"Lo devo dire a tutte le mie amiche!!"



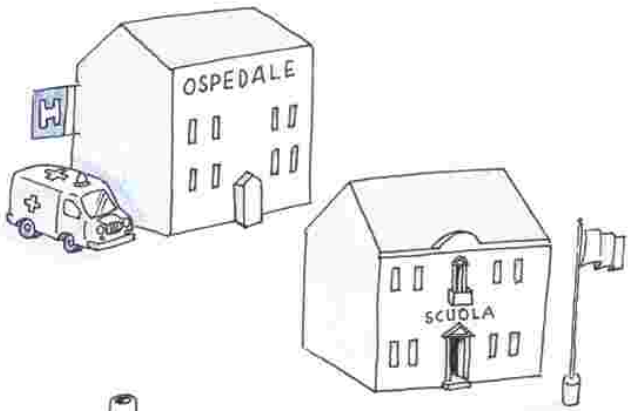
"Potremmo coinvolgere tanti nostri amici imprenditori....."

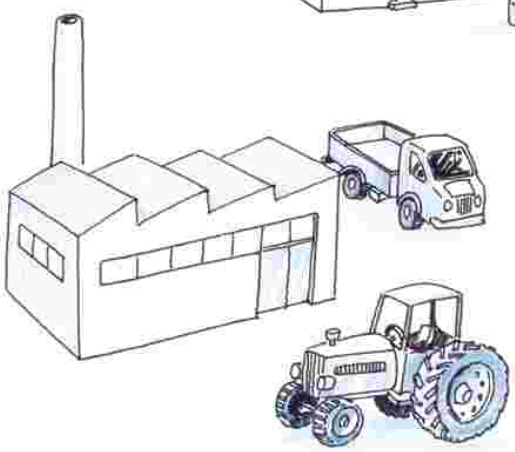
"……di qualsiasi settore, purché operino con il consumatore finale……"



"…..e tanti amici che sarebbero felici di acquistare beni e servizi dalle imprese che aderiscono al Progetto 1%!"

"Da soli non avremmo potuto, ma il progetto 1% ci ha permesso di fare tutto questo!"





"Con la pubblicità si può allargare la RETE DELLA SOLIDARIETÀ"

Sistema

Il Progetto "Un per cento" è rivolto agli operatori economici che operano direttamente con i consumatori, a prescindere dal settore di appartenenza:

1° L'impresa concede uno sconto pari all'1% del corrispettivo del bene o servizio a tutti i clienti che aderiscono all'iniziativa di solidarietà prescelta.
2° Il cliente rinuncia allo sconto e dà mandato all'impresa di destinarlo alla realizzazione del progetto.
3° L'impresa accantona tutte le "oblazioni" in un apposito conto corrente.
4° Periodicamente gli importi vengono trasmessi ai destinatari e realizzatori del progetto.
5° I clienti sono costantemente informati sulla destinazione dei fondi e sul loro utilizzo attraverso specifiche campagne pubblicitarie e comunicazioni personalizzate.

Finalità

L'obiettivo di fondo è promuovere una "rivoluzione" nella maniera di pensare, di modo che la solidarietà sia considerata un gesto spontaneo, un'azione ordinaria nella vita dell'uomo. Ecco perché ci si rivolge principalmente alle imprese che hanno contatto diretto col pubblico: gli atti, che tutti i consumatori compiono ogni giorno per soddisfare i propri bisogni, si trasformano in azioni di solidarietà. Dai bisogni dell'uomo al dovere di solidarietà, grazie all'impresa che deve porre questa operazione tra i servizi irrinunciabili da offrire alla clientela, al fine di assicurare una migliore qualità della vita.

Obiettivi concreti

La raccolta di fondi è finalizzata a progetti specifici, cosicché operatori e consumatori sono in grado di verificare la destinazione e il buon fine del proprio gesto di solidarietà.

A chi è rivolto

- agli imprenditori che richiedono l'utilizzazione del sistema;
- ai dipendenti delle strutture distributive;
- ai clienti consumatori.

Modalità

Un Comitato mondiale di garanzia, avvalendosi della collaborazione di più comitati locali, valuta i progetti e sceglie quelli da finanziare, indicando anche le imprese da coinvolgere.
Le imprese, che hanno aderito, avvieranno la raccolta dei fondi attraverso il meccanismo dell'1%.
La buona riuscita dipenderà dall'adesione dei clienti e quindi anche dalla qualità dell'informazione fornita dall'azienda, finalizzata a sensibilizzare clienti e collaboratori.

I soggetti coinvolti nel progetto sono quattro:

1. L'Impresa appartenente a qualsiasi settore, purché operante con il consumatore finale, la quale decide di farsi strumento di solidarietà, aderendo al sistema 1%. Può proporre il progetto che intende finanziare, impegnandosi a dar vita ad un Comitato locale di garanzia (vedi punto 4.2). Essa, inoltre, deve fornire informazioni ai propri clienti sul progetto finanziato, sull'andamento della raccolta e l'impiego dei fondi.

2. Il Cliente consumatore finale, che decide di devolvere una quota della sua spesa ad un'iniziativa di solidarietà, scegliendo per i propri consumi le Imprese che aderiscono al progetto. Egli deve solo richiedere la destinazione dello sconto 1% all'iniziativa di solidarietà, attraverso l'apposita CARTOLINA o la partecipazione al NETWORK ETICO per mezzo della Solidarity Card (vedi oltre). Può inoltre diffondere presso gli altri consumatori la conoscenza del sistema 1% e le modalità di funzionamento.

3. I Beneficiari dell'operazione. Essi possono sottoporre al Comitato mondiale, direttamente o attraverso i Comitati locali, i progetti da realizzare. Alcuni progetti potranno essere orientati alla formazione e alla diffusione di una cultura imprenditoriale capace di coniugare efficienza nell'impiego delle risorse e realizzazione del bene comune, di tutti e di ciascuno.

4. 4.1 Il Comitato mondiale di garanzia è composto da persone di altissimo profilo culturale e morale. Queste in sintesi le sue funzioni:

- Promozione, esame e selezione dei progetti meritevoli di finanziamento.
- Esame e selezione delle imprese che intendono aderire al progetto.
- Indirizzo operativo, verifica e controllo anche attraverso i Comitati locali.
- Vigilanza sulla gestione del network.
- Sollecitazione dei Governi nazionali e delle istituzioni pubbliche e private affinché sostengano i progetti.

Il Comitato favorisce l'istituzione di organismi locali, la cui funzione è rivolta a garantire il corretto esito del singolo progetto adottato, secondo criteri di trasparenza e correttezza, e promuove la diffusione, sia presso le imprese che presso i consumatori finali, del sistema 1%.

4.2. Comitati di promozione e garanzia locali, organizzati a livello nazionale, regionale e locale, promossi anche dalle stesse imprese aderenti al progetto, ai quali spetta controllare la regolare destinazione delle risorse, provvedere all'informazione sullo sviluppo dei progetti e alla promozione di nuove iniziative. Ciascun Comitato deve dotarsi di un proprio statuto che preveda l'integrale destinazione al progetto di tutte le somme raccolte.

Numerosi sono i casi nei quali il progetto di solidarietà internazionale può trovare applicazione. A titolo di esempio:

- Villaggi Impresa: aree situate in zone depresse o in via di sviluppo, nelle quali operano più imprese amministrate da giovani imprenditori autoctoni, anche in collaborazione con imprenditori dei Paesi di raccolta. L'obiettivo è sia immediato (creare occupazione sul posto, evitando l'emigrazione), sia di lungo periodo (creare un tessuto di imprenditorialità diffusa nel Paese in via di sviluppo). Le imprese sorte in tal modo produrranno beni e servizi e quindi ricchezza da investire direttamente in loco.

- Villaggi del Fanciullo o Villaggi Famiglia: strutture adibite ad ospitare e formare i giovani fino al raggiungimento della maggiore età, affidandoli a vere famiglie adottive.

- Centri di accoglienza per persone portatrici di handicap.

- Strutture di accoglienza per ammalati.

- Strutture di accoglienza per anziani.

- Strutture di accoglienza per immigrati.

- Centri diurni o a tempo pieno per persone in difficoltà.

- Asili e scuole per l'infanzia.

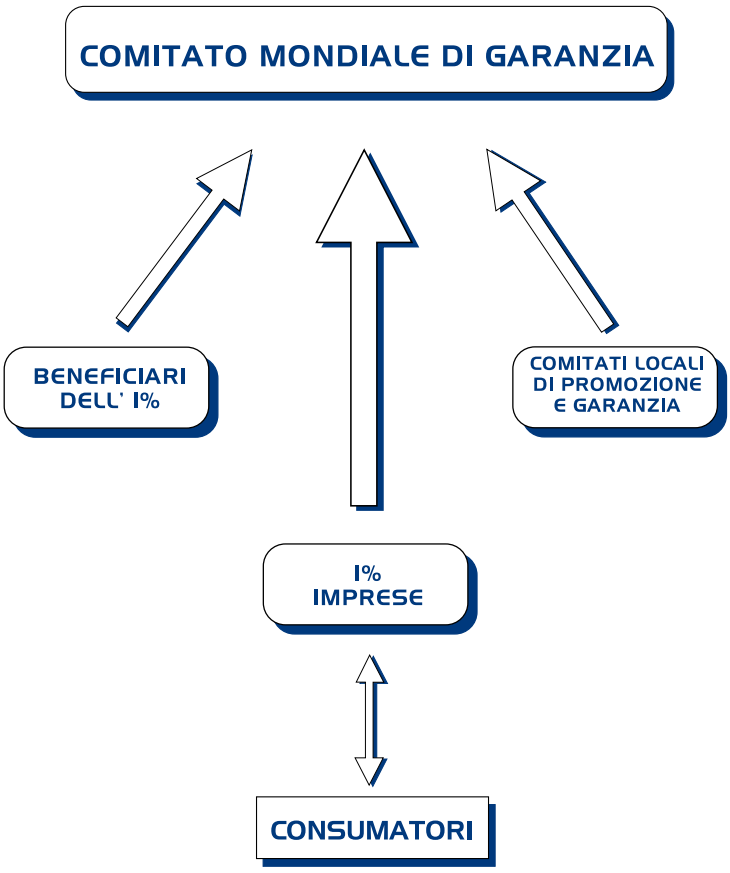
- Scuole, Università e centri di formazione.

- Altre infrastrutture per zone depresse nel mondo.

- Acquisto di terreni agricoli per la popolazione locale affinché possa sostenersi con la loro coltivazione.

Progetti concreti devono essere presentati al Comitato mondiale di garanzia, anche attraverso i Comitati locali, da parte delle imprese o degli stessi beneficiari, con la previsione delle modalità, dei tempi di attuazione e del costo di realizzazione.

Il Comitato mondiale di garanzia valuterà le varie proposte e individuerà le imprese aderenti in grado di raccogliere la cifra necessaria in un determinato periodo. L'impresa impegnata potrà divulgare notizie sull'operazione mediante documentazione e materiale pubblicitario da fornire alla propria clientela, così da creare un adeguato interesse. Durante la realizzazione, l'impresa continuerà ad informare la clientela sullo stato dei lavori e sui risultati ottenuti.



La cartolina

Funzione

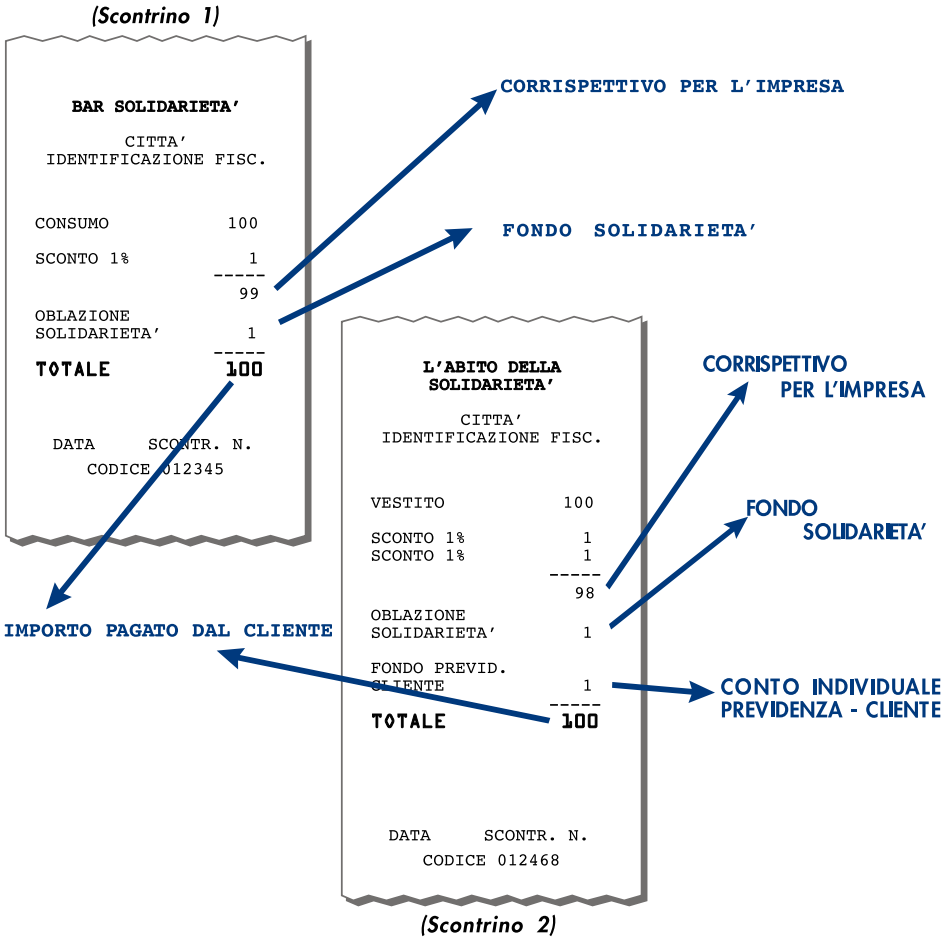
- Il cliente, attraverso la compilazione di una cartolina, distribuita presso i punti vendita, aderisce al progetto di solidarietà, ottenendo il diritto allo sconto e al contempo dà mandato all'impresa a trattenerlo per riversarlo a favore dell'iniziativa.

Una parte della cartolina rimane al cliente come:

a) testimonianza del gesto di solidarietà compiuto;
b) pro - memoria dell'iniziativa di solidarietà e veicolo di pubblicità;
c) indicazione dei dati occorrenti perché il cliente, i suoi familiari e conoscenti possano verificare la destinazione delle risorse e comunicare ad altri l'iniziativa.

Adesione implicita

Il cliente, al quale l'impresa ha già fatto conoscere il progetto 1% e l'opera da finanziare, accettando senza riserve lo scontrino fiscale riportante la percentuale di sconto e la sua destinazione all'iniziativa di solidarietà, dà mandato tacito all'imprenditore affinché destini la cifra corrispondente al fondo di finanziamento del progetto *(Scontrino 1)*.
Può anche destinare lo sconto per il proprio fondo previdenziale qualora l'impresa aderisca anche a questa iniziativa *(Scontrino 2)*.

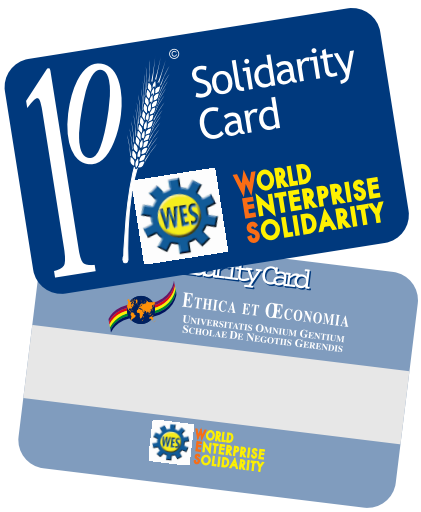


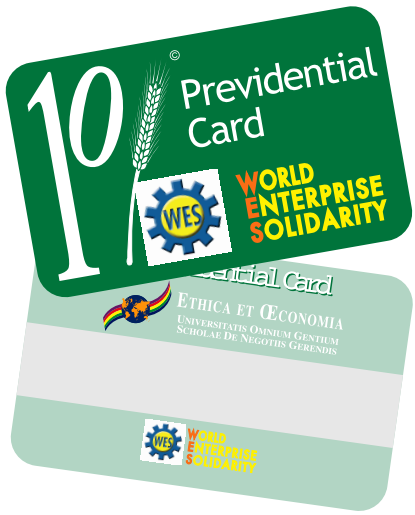
Il Network Etico

Attraverso le nuove tecnologie informatiche è possibile collegare in tempo reale ogni operatore in qualunque parte del mondo. Da qui la creazione di un *circuito telematico mondiale nel quale si incontrano i produttori e i consumatori di tutto il mondo*. Il network, unendo economia e solidarietà, applica su ogni transazione il sistema dell'1%, valorizzando il consumo come leva dello sviluppo.

Come aderire

- Il Cliente sottoscrive il modulo di richiesta della CARD, che rappresenta anche il mandato continuativo dato alle imprese affinché trattengano e destinino le somme raccolte pari allo sconto 1% a lui applicato.
- All'atto della sottoscrizione il Cliente riceve una fidelity CARD che permette il suo riconoscimento in ogni negozio aderente al NETWORK ETICO.
- Le imprese riconoscono le cards presso ogni punto vendita, sia esso reale o "virtuale", e procedono automaticamente al rilevamento dello sconto 1%. Ciò può avvenire anche nel caso di acquisti "on line".
- Tutti i flussi vengono trasmessi, via Internet, ad un sito che evidenzia l'andamento della raccolta e dà informazioni sulla realizzazione dei Progetti.
- Le imprese possono riconoscere ai clienti dotati di card altri vantaggi, quali raccolte a punti, premi, sconti aggiuntivi ecc., e predisporre questionari sul grado di soddisfacimento della clientela.
  Può essere attivato anche il sistema "1% Previdenza" per creare un fondo per l'anzianità del consumatore.





Solidarietà

Tale sistema di raccolta e destinazione delle risorse permette di creare opere difficilmente realizzabili con altri metodi. Spesso la beneficenza individuale si suddivide in mille rivoli mentre necessiterebbe essere incanalata verso grandi progetti adeguatamente studiati, del cui compimento vi sia certezza e, in relazione ai quali ogni centesimo speso possa essere rendicontato.
Tramite il progetto di solidarietà internazionale, l'impresa non rinuncia al suo ruolo di soggetto economico e, al contempo, adempie alla sua funzione sociale.

La promozione delle imprese virtuose

L'imprenditore, pur rinunciando ad una parte dei suoi introiti, riceve un beneficio indiretto sul piano dell'immagine.
Anche uno strumento economico quale la pubblicità può divenire mezzo privilegiato per accrescere il successo di tali iniziative di solidarietà: facendo conoscere se stessa e accrescendo la propria clientela, l'impresa aumenta i propri ricavi. Così aumenta pure la percentuale da destinare allo sviluppo, promuovendo il binomio efficienza e solidarietà.

L'EVOLUZIONE DEL PROGETTO

SOLIDARIETÀ E PREVIDENZA IN FAVORE DELLO SVILUPPO

La costante attenzione alla realtà di ogni giorno ha permesso di recepire la tensione sociale oggi esistente in tema di previdenza e rapporti intergenerazionali. Ognuno ha bisogno di dare certezza al proprio futuro, garantendo la propria sussistenza anche dopo il periodo di attività lavorativa. Lo Stato, nei paesi ricchi, può dare solo un aiuto parziale per le generazioni future, a causa del calo demografico. Nei paesi poveri, invece, manca qualsiasi sistema previdenziale, reso impossibile dalle ristrettezze economiche in cui versa la maggior parte della popolazione e dalla limitata cultura della solidarietà.

Ulteriore evoluzione del sistema 1%

Il Progetto diventa un vero e proprio MOTORE DELLO SVILUPPO MONDIALE, capace di generare, attraverso il consumo giornaliero, risorse sia per l'immediato (attraverso i progetti di solidarietà), sia per il futuro (con l'alimentazione di un Fondo previdenziale integrativo).

SOLIDARIETÀ TRA I POPOLI / SOLIDARIETÀ TRA LE GENERAZIONI

Il meccanismo di funzionamento ricalca quanto già illustrato in precedenza, con la differenza che per ciascuna transazione l'impresa viene a concedere due sconti:

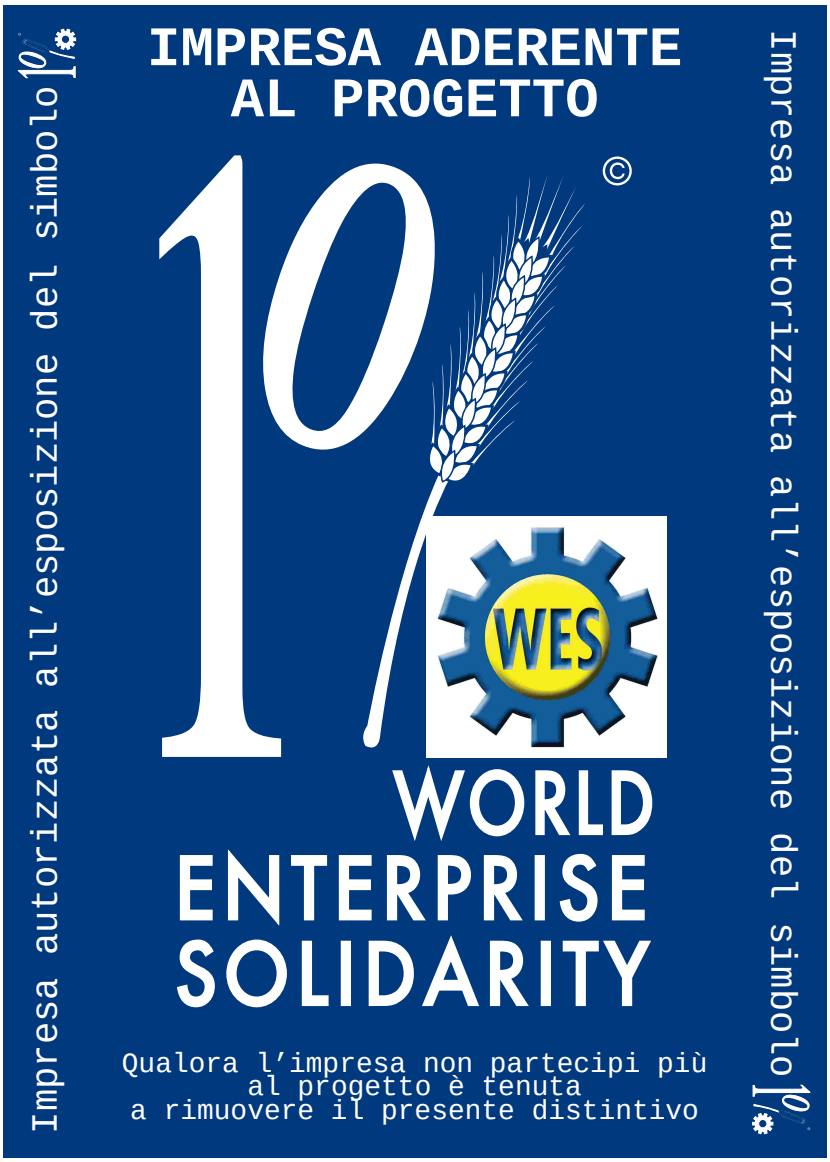
- l'1% solidarietà: prevede la concessione di uno sconto dell'1% da destinare al sostegno di iniziative solidaristiche.
- l'1% previdenza: prevede la concessione di un ulteriore sconto dell'1% da destinare ad un FONDO PREVIDENZIALE, al fine di costituire una forma pensionistica per il singolo Cliente.

Pertanto, ancora una volta un ruolo fondamentale spetta all'impresa e al consumatore: la prima deve comprendere la valenza del Progetto Previdenza per la fidelizzazione di una clientela matura e consapevole.
Il secondo deve comprendere che, con le proprie scelte di consumo, può garantirsi la possibilità di soddisfare i propri bisogni anche dopo l'età lavorativa, premiando le imprese che, per mezzo di questo sistema, gli permettono di costituirsi una pensione integrativa.

Gli Organi pubblici, senza aggiungere ulteriori risorse, avranno il compito di supportare l'iniziativa attraverso la formulazione di una legislazione atta a favorire l'applicazione del Progetto Previdenza e nel contempo di garantirne la corretta gestione.

L'insegna, esposta visibilmente dalle imprese, ne certifica l'adesione al progetto e garantisce la sua realizzazione nelle forme stabilite.

(imitatori e falsificatori saranno puniti dalle leggi poste a tutela della "fede pubblica")



L'esposizione del presente simbolo può essere fatta esclusivamente dalle imprese che aderiscono al progetto sottoponendosi a tutte le regole previste, a garanzia e tutela della "fede pubblica".

PATROCINIO

MOVIMENTO MONDIALE SCUOLE “ETICA ED ECONOMIA”

FONDAZIONE DI ROMA “ETICA ED ECONOMIA”

FONDAZIONE DI BASSANO DEL GRAPPA “ETICA ED ECONOMIA”

ETHICA ET ŒCONOMIA

UNIVERSITATIS OMNIUM GENTIUM SCHOLAE DE NEGOTIIS GERENDIS

UNIVERSITATIS BASSANENSIS SCHOLA DE NEGOTIIS GERENDIS MCMXCV

ETICA ED ECONOMIA

UNIVERSITATIS ROMANAE SCHOLA
DE NEGOTIIS GERENDIS
(Scuola d’impresa della Comunità Romana)

Per informazioni e utilizzazioni del Progetto 1%
rivolgersi a:
Fondazione "Etica ed Economia"
Progetto "Un per Cento"

e-mail: unietica@unietica.it - unietica@unieticaroma.it

web site: www.unietica.it - www.unieticaroma.it

Per poter agevolare l'accesso al sistema si invitano volontari interessati e consenzienti a porre a disposizione gratuitamente proprie sedi nei diversi Stati del mondo, a contattare la Fondazione "Etica ed Economia" ovvero i comitati, le Associazioni e Fondazioni "Ethica ed OEconomia - Universitatis Omnium Gentium Scholae de negotiis gerendis" presenti in tutto il mondo con il simbolo

www.unieticaroma.it

www.unpercento.com

www.de-tax.com

www.unietica.it

© Copyright
tutti i diritti di riproduzione
anche parziale
del testo e delle immagini
sono riservati in tutto il mondo
alla Fondazione "Etica ed Economia"
© USA Copyright Office 1997

Progetto grafico: ST'ART S.r.l. - www.startgrafica.it

- Stampato nel mese di maggio 2004 -

WORLD ENTERPRISE SOLIDARITY

www.unieticaroma.it

www.unpercento.com

www.de-tax.com

www.unietica.it

ETHICA ET ŒCONOMIA

UNIVERSITATIS OMNIUM GENTIUM
SCHOLAE DE NEGOTIIS GERENDIS