

#### **Scheda n. 4: Principi per una partnership di successo**

A seconda di come scegli i tuoi partner (indipendentemente dal fatto che tu provenga dal settore aziendale o no-profit), puoi aggiungere valore all'organizzazione.

Scegliere il partner giusto è molto importante. Le partnership portano più credibilità e danno peso all'obiettivo e al problema per il quale le organizzazioni si sono alleate. Una partnership presuppone l'uguaglianza e parte da una premessa vantaggiosa per tutti. È auspicabile evitare alleanze dannose, soprattutto per le organizzazioni non profit e l'obiettivo comune. Il rapporto di partenariato dovrebbe basarsi su alcuni principi che, una volta rispettati, non solo faciliteranno le cose e le trattative, ma daranno anche sostenibilità all'iniziativa e al rapporto.

1. **Principio "Ogni borsa trova la sua toppa" – Abbinamento:** quando miri a sostenere una determinata causa, sviluppare un progetto specifico o condurre campagne nel campo dell'imprenditoria sociale e oltre, assicurati che i partner a cui vuoi unirti condividano la stessa ideologia, visione e credano nell'obiettivo comune. Allo stesso tempo, dovrebbe esserci una corrispondenza tra l'area d'azione del progetto e il campo di attività dei partner o la strategia di responsabilità sociale dell'azienda.
2. **Principio "Mi piace quello che vedo allo specchio" – Credibilità:** un partner entra in una relazione con tutto il suo passato, tutti i suoi successi e fallimenti e la sua immagine. La scelta di un partner implica la conoscenza di questi elementi per garantire che non comprometta il completamento del progetto o altri rapporti di partnership. La credibilità di ciascun partner genera la fiducia del pubblico nel progetto e nel partenariato.
3. **Principio "Non farmi del male!" – Onestà:** rispettare i termini della partnership, trattarsi l'un l'altro con rispetto – le aziende non sono una mucca da mungere e le ONG non sono un partner da sfruttare – e comunicare in modo trasparente. Non portate nella partnership interessi egoistici, agende nascoste o l'intenzione di utilizzare la partnership e il contributo del partner per i vostri benefici, piuttosto che per raggiungere l'obiettivo comune.
4. **Principio "Non fare del male agli altri!" – Attenzione:** assicurati che perseguendo i tuoi interessi, non danneggi gli interessi degli altri. Il guadagno dovrebbe essere da entrambe le parti: "win-win". I partenariati non dovrebbero danneggiare gli altri stakeholder e nemmeno la comunità. Essere responsabili ed etici per quanto riguarda le immagini, i messaggi o i personaggi utilizzati, in modo da non danneggiare gli esseri umani, violare i loro diritti o trasmettere messaggi offensivi o discriminatori.

5. **Principio "Fai quello che dice il sacerdote" – Coerenza:** se abbracci determinati valori, assicurati che si riflettano in tutte le tue azioni e che siano condivisi con i tuoi partner. Dovrebbe esserci coerenza tra le operazioni, le pratiche di un'organizzazione e i suoi valori. Allo stesso modo, questo vale per il rapporto di partnership. Dovrebbe esserci coerenza tra ciò che dici e ciò che fai. In questo modo, la partnership gode di credibilità e genera un'opinione pubblica favorevole.
6. **Principio "Trasparenza, non nudità" – Trasparenza:** ciò che comunichi e mostri al pubblico dovrebbe riflettersi in tutto ciò che fai. Se lo si desidera, il modo in cui funzionerà la partnership e il suo impatto sulla comunità e sulle persone coinvolte dovrebbero essere comunicati nel modo più trasparente possibile, con messaggi chiari e inequivocabili. Se il progetto prevede una raccolta fondi da parte della comunità, comunica in modo trasparente le somme raccolte e come verranno utilizzate.
7. **Principio "Poveri e Puliti" – Integrità:** Mantieni i tuoi valori e principi, rispettali e non abdicare ad essi, specialmente quando ti trovi in situazioni che lo richiedono. Se uno dei tuoi partner commette un atto riprovevole o ha un atteggiamento inappropriato in un determinato contesto, potrebbe essere necessario discuterne apertamente con le altre parti coinvolte e decidere la tua posizione come organizzazione o individuo. Ad esempio, nel desiderio di accedere al maggior numero possibile di fondi, le ONG avranno difficoltà a rifiutare una partnership con un'impresa e si sforzeranno di diventare un partner il più attraente possibile nelle iniziative di responsabilità sociale. E le aziende non esiteranno ad approfittarne.
8. **Principio "Tutti per uno, uno per tutti" – Equità:** non dimenticate che siete partner e comunicatelo apertamente. Non prenderti il merito dei risultati interamente o più del necessario, minimizzando l'importanza degli altri partner. Inoltre, un'equa distribuzione delle responsabilità all'interno dei progetti garantisce che tutti abbiano qualcosa da fare e di cui parlare.
9. **Principio "Questo potrebbe essere l'inizio di una bella amicizia..." – Relazione a lungo termine:** Considera la possibilità di continuare la partnership, soprattutto se è stata soddisfacente per tutte le persone coinvolte. In altre parole, lasciate spazio al "ciao" e informate periodicamente i vostri ex partner delle vostre azioni: non si sa mai come potrebbe nascere un nuovo progetto comune.

Rispettando i principi di cui sopra, ti assicuri che il progetto si basi sulle premesse più favorevoli per il completamento con successo. Allo stesso tempo, un obiettivo auspicabile sarebbe quello di realizzare progetti i cui effetti durino oltre il loro completamento o lo scioglimento dei rapporti di partenariato. Ciò significa sostenibilità e i principi presentati possono aiutare a costruire non solo partenariati, ma anche progetti sostenibili.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Supporto teorico per la serie di workshop "Partenariati sostenibili e buone pratiche nella responsabilità sociale" Autori: Dumitru Borțun, Camelia Crișan, Dragoș Dehelean, Cristian Ducu, Georgiana Crigore, Cristina Horia, Luminița Oprea, Alin Stancu Bucarest, 2011

---