

DOCUMENTO DI "BUONE PRASSI" PER LA RACCOLTA FONDI FACE-TO-FACE (IN STRADA E PORTA A PORTA)

- 1.0 Introduzione
- 2.0 Valutare la possibilità di una raccolta fondi *face-to-face*
- 3.0 Pianificare una campagna *face-to-face*
- 4.0 Gestione della *location*
- 5.0 Procedure di raccolta fondi *face-to-face*
- 6.0 Dopo l'attività di *face-to-face*
- 7.0 Aspetti giuridici chiave

Premessa

Il settore del non profit italiano ha visto crescere - con sempre maggiore rilevanza negli ultimi cinque anni - il meccanismo di raccolta fondi basato sul *face-to-face*. Un numero sempre maggiore di grandi e piccole organizzazioni non profit (di seguito ONP), hanno investito nella creazione e nello sviluppo di gruppi di dialogatori che, in strada o attraverso il porta a porta, acquisiscono sostenitori per le diverse ONP.

E' nata quindi l'esigenza di dotarsi di semplici linee guida che possano delineare le "Buone Prassi" da condividere e applicare nell'ambito del *face-to-face*. Ciò a tutela dell'organizzazione, del donatore e del personale coinvolto nel *face-to-face* stesso.

Le "Buone Prassi" riportate qui di seguito non possono rappresentare un codice dal valore regolatorio pari a quello del "Codes of Fundraising Practices" dell' *Institute of Fundraising*¹, al quale il presente documento si ispira. Esse sono piuttosto da intendersi come il frutto del lavoro congiunto di ONP che hanno comprovata e pluriennale esperienza nel settore del *face-to-face* e hanno quindi elaborato delle "Buone Prassi", come garanzia di trasparenza ed affidabilità rispetto all'utilizzo della tecnica stessa di *face-to-face*.

Nel presente documento una frase che contiene la parola 'deve' indica un requisito considerato obbligatorio; il termine 'dovrebbe' indica invece un requisito raccomandato; con l'espressione 'è opportuno' si intende indicare un'azione facoltativa, ma consigliata. La valutazione dei requisiti come "obbligatori", "raccomandati", "facoltativi/consigliati" è stata concordata dalle ONP promotrici e redattrici del presente documento di "Buone Prassi", ovvero: Amnesty International Sezione Italiana - Associazione Onlus, Greenpeace Italia Onlus, Medici senza Frontiere Onlus, Save the Children Italia Onlus, UNHCR - United Nations High Commissioner for Refugees

Le suddette ONP si impegnano altresì a dare la massima diffusione al presente documento, nello spirito della più ampia condivisione delle "Buone Prassi" stesse da parte di tutti gli altri soggetti coinvolti in Italia nell'attività di *face-to-face*. Le ONP suddette si impegnano inoltre a dare vita ad un "Gruppo di Lavoro" permanente, che nomini annualmente, a rotazione, una delle ONP partecipanti come "coordinatrice" del tavolo stesso, con il compito di convocare il tavolo a seguito di eventi e/o sollecitazioni esterne che richiedano un intervento congiunto

¹ Il presente documento si ispira al "Face to Face Fundraising" dell'Institute of Fundraising della Gran Bretagna. Cfr.: www.institute-of-fundraising.org.uk

delle ONP aderenti al tavolo, nonché di garantire la comunicazione tra le ONP stesse.

1.0 Introduzione

L'invito personale a effettuare donazioni in strada e porta a porta – un'attività più comunemente definita raccolta fondi *face-to-face* - costituisce un'importante e sempre crescente fonte di finanziamento per le ONP italiane.

Face-to-face è l'espressione comunemente utilizzata per indicare l'invito personale a effettuare donazioni - attraverso un addebito diretto su conto corrente bancario, postale o con carta di credito - in strada, in un luogo di pubblico accesso, o porta a porta. Questa tecnica costituisce un mezzo efficace, sicuro ed efficiente dal punto di vista della raccolta fondi, attraverso il quale le persone possono apportare il loro sostegno nei confronti di un'ampia gamma di ONP. Se svolta all'interno dei parametri definiti dal presente documento di "Buone Prassi", la raccolta fondi *face-to-face* può consentire alle ONP di comunicare in maniera efficace ai sostenitori esistenti e potenziali, senza divenire fonte di disturbo al pubblico stesso.

Il presente documento di "Buone Prassi" descrive nello specifico le tipologie di approccio rivolte al pubblico esterno - mirate a ottenere un sostegno in favore di una specifica ONP - che vengono intraprese nell'ambito di una campagna di raccolta fondi strutturata attraverso una raccolta porta a porta, in strada o in un luogo di pubblico accesso, nel caso in cui il proprietario ne abbia fornito l'autorizzazione.

1.1 Definizione dei soggetti collettivi coinvolti nel *face-to-face*

In una campagna di raccolta fondi *face-to-face* sono potenzialmente coinvolti più soggetti. Nell'ambito del corretto svolgimento dell'attività, ognuno di essi avrà ruoli e responsabilità differenti. Pertanto è importante, all'inizio di questo documento di "Buone Prassi", definire con chiarezza le funzioni dei vari soggetti coinvolti nell'attività.

Generalmente i principali soggetti coinvolti nella raccolta fondi *face-to-face* sono due:

- *ONP* - Organizzazione Non Profit, l'organizzazione benefica o un altro organismo non profit che beneficia dell'attività di raccolta fondi;
- *Provider* - Organizzazione che implementa l'attività di raccolta fondi. Talvolta può essere la stessa ONP ma in genere si tratta di un'agenzia esterna che svolge l'attività di raccolta fondi su base professionistica.

1.2 Definizione dei soggetti individuali coinvolti nel *face-to-face*

Il presente documento di "Buone Prassi" utilizza le definizioni dei ruoli individuali esposte di seguito.

In alcuni casi un solo individuo può svolgere più di una funzione. L'entità e la specifica tipologia di raccolta fondi *face-to-face* che una ONP ha in programma di svolgere determineranno il livello al quale le diverse persone svolgeranno ognuno di

questi diversi ruoli. In ogni caso i compiti fondamentali devono essere riconducibili a determinati ruoli e responsabilità di persone specifiche.

Marketing manager (o Direttore/Responsabile Marketing) - La persona all'interno dell' ONP responsabile per l'attività nel suo complesso. Egli **commissiona** la raccolta fondi, concorda il budget per la campagna e ne monitora gli sviluppi rispetto alle voci di bilancio e agli obiettivi, tra i quali la gestione di nuovi donatori "regolari" che garantiscono un sostegno prolungato nel tempo.

Responsabile Raccolta Fondi su Individui (o equivalente) - La persona all'interno dell'ONP che **gestisce** quotidianamente l'attività di raccolta fondi rispetto a soggetti privati, con specifica responsabilità per le attività di *face-to-face*.

Face-to-face Coordinator/Project Manager - La persona all'interno della struttura del *provider* o della ONP che ha la responsabilità quotidiana per lo **svolgimento** dell'attività di raccolta fondi, occupandosi ad esempio dell'accesso ai siti in cui avviene la raccolta fondi, di fornire i briefing a coloro che svolgono l'attività, di rispondere in caso di richiesta di informazioni o reclami, di supervisionare il personale coinvolto nel programma.

Team leader (o equivalente) - La persona all'interno della struttura del *provider* o della ONP cui spetta la **gestione** immediata e "in loco" dell'attività di raccolta fondi. Il *team leader* si occupa ad esempio di gestire il team, di garantire che la *location* venga utilizzata in maniera appropriata e in piena sicurezza, di assicurare la corretta condotta dei *dialogatori*. Il termine si riferisce anche alla persona all'interno della struttura del *provider* o della ONP che supervisiona l'attività porta a porta ma che potrebbe non essere "in loco".

Dialogatore- La persona che effettua l'attività vera e propria di **raccolta fondi**, in strada o porta a porta.

2.0 Valutare la possibilità di una raccolta fondi *face-to-face*

Prima di intraprendere una campagna di raccolta fondi *face-to-face*, le ONP dovrebbero considerare i seguenti aspetti:

- quali risorse interne l'organizzazione può destinare a questa forma di raccolta fondi? Per risultare efficace, il *face-to-face* richiede un investimento di tempo e risorse da parte della ONP. L'attività richiederà al *Marketing manager* o al *Responsabile Raccolta Fondi su Individui* tempo ed energie e - in base alle dimensioni - può diventare una parte sostanziale nell'ambito delle sue funzioni;
- chi sono gli attori all'interno della ONP che devono essere coinvolti e/o informati rispetto a questa nuova forma di raccolta fondi? Poiché il *face-to-face* può rivelarsi un'attività di alto profilo - che può attirare l'attenzione dei media - tra gli attori interessati possono essere annoverati Direttori Generali e Presidenti, volontari locali, fornitori di servizi, altro personale addetto alla raccolta fondi, professionisti delle pubbliche relazioni, dei contatti con i media e personale addetto al servizio sostenitori;
- nel caso in cui la ONP decida di utilizzare un *provider*, è opportuno che faccia comunque riferimento al presente documento di "Buone Prassi";

- la durata e gli obiettivi della campagna.

3.0 Pianificare una campagna *face-to-face*

3.1 Reclutamento e retribuzione dei *dialogatori*

- I *dialogatori* dovranno essere assunti con regolare contratto di lavoro e retribuiti regolarmente. E' ammessa, altresì, l'attività volontaristica da parte dei *dialogatori*.
- È opportuno che il *project manager* dell'attività di raccolta fondi sia responsabile della selezione, della formazione e di un'adeguata supervisione di tutti i *dialogatori*. Questi ultimi devono avere almeno 18 anni di età.
- Nel caso in cui siano remunerati, i *dialogatori* devono avere legalmente titolo a lavorare sul territorio nazionale.
- Se si ricorre alle prestazioni di volontari, i *provider* e le ONP dovrebbero rispettare le regole di comportamento valide per il personale retribuito (ove sussistano con riferimento al presente documento).
- Nel caso in cui *provider* e ONP siano due organizzazioni distinte, durante il processo di selezione e formazione il *project manager* dell'attività dovrebbe illustrare con chiarezza la relazione tra il *provider* e la ONP.
- È opportuno che il *project manager* dell'attività sia responsabile di garantire che - se retribuiti - tutti i *dialogatori* siano impiegati con contratti appropriati, che includano una clausola in base alla quale è necessario rispettare il presente documento. In seguito, quando tutti i *dialogatori* saranno impegnati nell'attività di *face-to-face*, la ONP deve assicurare che essi siano remunerati nel rispetto delle norme vigenti.
- È opportuno che la retribuzione dei *dialogatori* non sia basata esclusivamente su provvigioni, ma venga prevista una componente di retribuzione fissa, accompagnata eventualmente da una componente variabile decisa discrezionalmente dall'organizzazione.
- Le ONP aderenti a questo *Gruppo di Lavoro* considerano la trasparenza nei confronti del pubblico di fondamentale importanza ed evidenziano che i *dialogatori* "professionisti" devono garantire appropriata e sufficiente trasparenza circa il loro status retributivo.
- I *dialogatori* possono svolgere l'attività di *face-to-face* per più ONP contemporaneamente, purchè ciò sia chiaramente esplicitato nella fase di selezione, ovvero - se già impiegati da una ONP - nel momento in cui si cominci a collaborare con un'altra ONP o *provider*. L'attività per più ONP - sia essa svolta in contemporanea o in periodi differenti - deve essere effettuata nel pieno rispetto delle clausole di riservatezza riportate più avanti in questo documento.

3.2 Formazione generale del *dialogatore*

- Nessuna attività di raccolta fondi dovrebbe essere intrapresa senza aver previsto un adeguato programma di formazione iniziale e di aggiornamento periodico per tutti i *dialogatori*.
- Il contenuto specifico delle sessioni di prima formazione e di aggiornamento varieranno da caso a caso, ma dovranno necessariamente contemplare i seguenti aspetti:
 - importanza della finalità benefica della donazione che si invita ad effettuare;
 - importanza del carattere non aggressivo di tutte le modalità di approccio e relazione;
 - procedure per evitare intralcio, congestione e disturbo al pubblico;
 - impegno a terminare immediatamente il dialogo in maniera cortese, in qualsiasi momento l'interlocutore lo richieda;
 - importanza della corretta postura e del corretto linguaggio "non verbale" nello svolgimento dell'attività sul campo;
 - impegno a non sollecitare nessuna donazione di somme in denaro contante, assegni o proprietà né durante né dopo l'attività di *face to face*;
 - conoscenza dei contatti delle persone direttamente responsabili dell'attività di raccolta fondi all'interno dell'organizzazione;
 - spiegazione delle procedure amministrative relative all'attività di raccolta fondi ed ai meccanismi di attivazione, funzionamento e revoca della domiciliazione;
 - chiarezza sulle modalità di approccio da utilizzare e istruzioni sul tono, sullo stile e sui contenuti del dialogo;
 - procedure per garantire che i potenziali sostenitori non siano soggetti a un'eccessiva pressione a fornire il loro sostegno;
 - procedure per fare in modo che sia esercitata particolare cautela al momento di invitare al sostegno le persone anziane o quelle appartenenti ad altre categorie particolarmente vulnerabili;
 - obbligo di indossare "badge" di identità ben visibili che riportino dati anagrafici personali, dati dell'organizzazione e - a facoltà della ONP - dettagli rispetto allo status professionale del soggetto operante (personale retribuito o volontario);
 - attenzione a non avvicinare persone con meno di 18 anni di età. Nel caso in cui ciò succeda, divieto di condurre attività di raccolta fondi rispetto a soggetti minorenni;

- conoscenza e comprensione dei principi che regolano la raccolta dei dati personali dei sostenitori, con riferimento alla vigente normativa italiana in materia di *privacy*.
- La ONP si impegna a fornire una formazione continua e appropriata a tutti i dialogatori.

3.3 Formazione specifica del *dialogatore*

- Tutti i *dialogatori* dovrebbero ricevere un'appropriata formazione prima di iniziare l'attività di *face-to-face*.
- La formazione dovrebbe essere svolta personalmente dal *project manager* o da una persona autorizzata e idonea.
- È opportuno che la ONP interessata approvi i materiali da utilizzare nell'attività di *face-to-face*.
- Il tipo di briefing varierà in base al contesto. Il *Project manager* e il *Responsabile Raccolta Fondi su Individui* dovrebbero garantire, come ipotesi minima, che le procedure illustrate nei briefing siano contenute in un manuale concordato con la ONP che includa:
 - il nome e i recapiti per contattare la ONP (o le ONP) che beneficeranno dell'attività di *face-to-face*, nonché i recapiti del *provider* o delle ONP che effettuano l'attività;
 - i recapiti di una persona di riferimento all'interno della ONP (generalmente il *Responsabile Raccolta Fondi su Individui*);
 - la spiegazione dell'attività e/o della missione della ONP e di ogni materiale di supporto fornito dalla ONP;
 - le procedure amministrative da seguire durante e dopo l'attività di *face-to-face*;
 - esplicito riferimento al fatto che il *dialogatore* non diffonderà alcuna informazione relativa alla ONP oltre quelle concordate in precedenza con la stessa ONP e contenute nel contesto del briefing svolto immediatamente prima dell'attività di raccolta fondi.

4.0 Gestione della *location*

Il *Gruppo di Lavoro* si propone di auto-regolamentare le attività delle ONP coinvolte nella raccolta fondi *face-to-face* in strada e in luoghi di pubblico accesso. Il *Gruppo di Lavoro* ha stabilito dei criteri equi di programmazione rispetto ai luoghi nei quali svolgere attività di raccolta fondi, ove ciò è consentito dalla legge o dalle autorità locali.

4.1 Strade e luoghi di pubblico accesso

Nessuna attività di raccolta fondi deve avere luogo se non sono state soddisfatte le richieste di autorizzazione presentate dal *project manager* alle autorità competenti (autorità locali, sindaco o questura/polizia municipale), riguardo all'accesso a un luogo per effettuare l'attività di *face-to-face*. Nel caso di raccolta fondi *face-to-face* in strada e nel corso di eventi speciali, dovrebbe essere svolta secondo gli accordi presi nell'ambito degli incontri tenuti dai *Project Manager* delle diverse ONP coinvolte nell'attività *face-to-face* "in house".

Dove non esistono autorizzazioni, gli organizzatori devono contattare direttamente le autorità competenti per l'accesso, illustrando esattamente il tipo di attività da svolgere, il numero delle persone coinvolte, i loro nominativi e il referente da contattare all'interno delle ONP.

4.2 Identificare nuove location per il *face-to-face* in strada

- Nel determinare la *location*, deve essere prestata attenzione al fine di ridurre al minimo ogni possibile congestione al passaggio e/o disturbo al pubblico e alle attività commerciali.
- In particolare è opportuno ribadire ai *project manager* e ai *team leader* che:
 - le aree pedonali forniscono spazio sufficiente per il posizionamento di *dialogatori*, ma ciò non deve provocare intralcio al passaggio o pericolo ai pedoni, né devono essere ostruiti punti di accesso e ingresso di persone disabili a luoghi commerciali e ad altri edifici;
 - siano evidenziati ed evitati elementi potenzialmente causa di rischi fisici (come ad esempio semafori, incroci, attraversamenti pedonali, lavori stradali, etc.);
 - vanno evitate situazioni di conflitto con altre ONP impegnate nella raccolta fondi *face-to-face* o ONP di volontariato che svolgono la propria attività nello stesso luogo;
 - è opportuno risolvere ogni controversia relativa alla *location* attraverso i rispettivi *project manager*;
 - evitare ogni possibile conflitto tra l'attività di raccolta fondi e altri eventi pubblici eventualmente in corso nello stesso luogo.
- Quando richiesto, il *project manager* deve rispettare ogni limitazione diretta e/o altre indicazioni relative al luogo del sito fornite dalle autorità competenti per l'accesso.
- È opportuno che il *project manager* garantisca di essere pienamente disponibile e consapevole nei confronti di ogni particolare necessità e/o limitazione relativa alla *location*, nel rispetto dello svolgimento delle attività commerciali presenti nella zona.

4.3 Gestione della location per l'attività "porta a porta"

- Il *project manager* dell'attività di raccolta fondi *porta a porta* deve rispettare la legislazione appropriata e rilevante, predisponendo l'invio allo Sportello Unico per le Attività Produttive del Comune in cui si svolgerà l'attività, una "comunicazione di vicinato" (modello COM 7), mediante raccomandata a/r. L'attività *porta a porta* può svolgersi dopo 30 giorni dalla notifica di ricezione da parte del Comune. La notifica e la copia della "comunicazione di vicinato" deve essere inviata alla Camera di Commercio della città presso la quale il *provider* o la ONP hanno sede legale. Il *project manager* dell'attività di raccolta fondi dovrebbe rispettare ogni ragionevole richiesta presentata da ogni autorità competente per l'accesso.
- È opportuno che non vi siano conflitti tra l'attività di alcuna organizzazione di raccolta fondi *face-to-face* o di volontariato e che ogni controversia territoriale sia ricomposta attraverso i rispettivi *Project manager*. Ad esempio è possibile verificare con le autorità chi ha ottenuto l'autorizzazione e per quale periodo. In caso di conflitto si rimanda ad una convocazione immediata del *Gruppo di Lavoro* da parte del Coordinatore designato, al fine di decidere la modalità più opportuna di intervento.
- Il *project manager* dell'attività di raccolta fondi dovrebbe essere responsabile di assicurare che il luogo scelto per ogni attività di raccolta fondi *porta a porta* sia identificato con chiarezza e registrato.

5.0 Procedure di raccolta fondi face-to-face

5.1 Indicazioni di condotta per la raccolta fondi face-to-face

- È opportuno che i *dialogatori* dichiarino se ricevono un compenso per raccogliere fondi o meno, qualora interrogati in merito.
- È opportuno che tale dichiarazione avvenga in forma verbale o scritta e, in ogni caso, ogni volta che il potenziale sostenitore lo chieda esplicitamente. Le ONP – a titolo facoltativo - potranno indicare che l'attività *face-to-face* è retribuita, con una esplicita dichiarazione scritta sul modulo per la donazione o sul badge identificativo personale di ogni *dialogatore* e/o *team leader*.
- La raccolta fondi *face-to-face* dovrebbe:
 - essere svolta in maniera tale che il *project manager* e la ONP (nel caso in cui siano distinti), siano certi che sia stata svolta un'adeguata formazione e vengano applicate procedure corrette al fine di evitare che sul potenziale sostenitore venga effettuata un'eccessiva pressione a donare;
 - prevedere la conclusione del dialogo in maniera cortese e immediata qualora richiesto;
 - fornire al pubblico informazioni chiare - scritte o verbali - su possibili successive comunicazioni da parte della ONP;

- in caso di reclamo, garantire che sia presa nota di nome, indirizzo e numero di telefono della persona che esprime il reclamo stesso e che tale rimostranza sia indirizzata immediatamente al *project manager* dell'attività e alla ONP (nel caso in cui siano distinti);
 - evitare deliberatamente di confondere e/o ingannare il pubblico;
 - evitare di costituire intralcio al passaggio.
- È opportuno che la raccolta fondi *face-to-face*:
 - fornisca ai potenziali donatori informazioni chiare sulla causa e sulla ONP che si chiede loro di sostenere, sulla necessità di fondi e sull'importanza del sostegno regolare e prolungato nel tempo ed anche indicazioni chiare sulla differenza che comporta l'adesione quale socio nel caso in cui questa qualifica sussista all'interno della ONP.
 - abbia luogo esclusivamente nel periodo di tempo e nel luogo concordato con il *project manager* e con l'autorità competente;
 - tenga conto di tutte le caratteristiche della *location* per evitare disturbo al pubblico e congestione del traffico;
 - sia svolta da un *dialogatore* chiaramente identificabile, in modo che ogni potenziale donatore possa verificarne l'identità, il datore di lavoro e il soggetto per conto del quale sta svolgendo attività di raccolta fondi. È opportuno che il nome della ONP sia mostrato in maniera evidente dal dialogatore, qualora indossi materiale con altri marchi;
 - non si estenda oltre quanto concordato in precedenza con la ONP;
 - non utilizzi mai materiale di supporto (o altro materiale), diverso da quello concordato in precedenza con la ONP.

5.2 Gestione dell'attività di *face-to-face* per diverse ONP da parte di agenzie

- Nel caso in cui l'agenzia intraprenda un'attività per diverse ONP contemporaneamente, dovrebbero essere osservate le seguenti indicazioni:
 - le richieste di donazioni per una ONP non dovrebbero mai essere presentate contestualmente (stessa *location*, stesso momento), rispetto a quelle per un'altra ONP. L'invito a donare dovrebbe tenere separate e distinte le campagne di raccolta fondi per le diverse ONP;
 - ogni ONP dovrebbe essere informata rispetto a tutte le altre ONP per le quali l'agenzia effettua attività di *face-to-face* e fornire il suo

consenso scritto all'attuazione di attività che prevedano inviti a donare a più di una ONP (c.d. "inviti multipli");

- l'agenzia dovrebbe assicurare che il dialogatore effettui l'invito multiplo in modo tale da essere completamente neutrale nei confronti di ciascuna delle ONP rappresentate.

6.0 Dopo l'attività di *face-to-face*

- In conformità con le modalità operative della singola ONP, tutte le schede complete, incomplete e annullate devono essere raccolte e rinviate al *project manager* tempestivamente e con una modalità sicura, così come concordato con la ONP e in conformità con la legge vigente in materia di *privacy*.
- Sarà cura della ONP coordinatrice del *Gruppo di Lavoro* sulle "Buone Prassi" convocare il Gruppo stesso, nel caso di eventi che possano screditare l'attività di *face-to-face*. Sarà poi il Gruppo di Lavoro a decidere – caso per caso – la condotta da tenere nei confronti dei soggetti implicati nell'evento in questione, a tutela dell'immagine e della credibilità dell'ONP coinvolta, sempre nel rispetto del presente documento.
- Il *project manager* dovrebbe concordare con la ONP un meccanismo appropriato per la gestione di tutti i formulari di risposta previsti, nonché la ripartizione delle relative responsabilità.
- Il *project manager* dovrebbe concordare con la ONP un meccanismo appropriato per rispondere alle domande e ai reclami relativi a tutti gli aspetti dell'attività di raccolta fondi.
- È opportuno che la ONP trasmetta immediatamente al *project manager* i reclami che riceve in relazione all'attività di *face-to-face* svolta per suo conto.

In linea con lo spirito che ha contraddistinto questo *Gruppo di Lavoro*, tutti gli aderenti al documento di "Buone Prassi" si impegnano a rafforzare - con ogni mezzo disponibile - un comportamento etico nello svolgimento dell'attività di *face-to-face* e ad evitare forme non lecite di reperimento di informazioni sulle attività di *face-to-face*, individuando nella figura di coordinamento del *Gruppo di Lavoro* stesso, il soggetto al quale far pervenire eventuali richieste di chiarimento e/o informazione ulteriore

7.0 Aspetti giuridici chiave

- In assenza di una normativa chiara ed organica in materia di attività di *face to face*, le ONP facenti parte del Gruppo di Lavoro e firmatarie del presente accordo si impegnano a:
 - svolgere attività di *face to face* sul territorio previa comunicazione, richiesta ed autorizzazione (ove necessaria) da parte dell'autorità civile e/o di Pubblica Sicurezza;
 - informare i soggetti contattati nel corso dell'attività di *face to face*, della normativa in vigore in materia di *privacy* (Dlgs. 196/2003) con particolare riferimento alla tematica del trattamento dei dati personali (V. art. 13 e seguenti Dlgs. 196/2003).

- Le medesime ONP si impegnano ad estendere e far rispettare quanto sopra riportato anche ad eventuali agenzie esterne che svolgessero tale attività per conto delle firmatarie.

- Le ONP promotrici si impegnano a far visionare e sottoscrivere per accettazione il presente codice, a tutti gli attori coinvolti nelle attività di *face-to-face*.

Le organizzazioni firmatarie

Amnesty International
Greenpeace Onlus
Medici Senza Frontiere Onlus
Save The Children Italia Onlus
UNHCR Italia - United Nations High Commissioner for Refugees