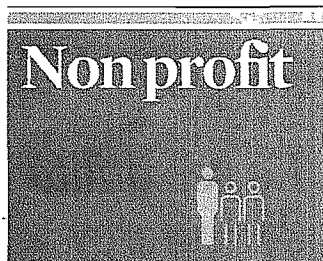


# Trend. L'11% delle aziende lo pratica attivamente e il 24% consente le raccolte fondi Prende quota il volontariato d'impresa



**Adriano Lovera  
Elio Silva**

Il contesto economico frena, il volontariato d'impresa cresce. E l'11% delle aziende italiane lo promuove attivamente, mentre il 24% è disponibile a consentire raccolte fondi interne in favore di organizzazioni non profit. La conferma della forte sensibilità intorno a questi temi arriva dalla Fondazione Sodalitas, che domani presenterà una ricerca del Cergas Bocconi in occasione del convegno "Volontariato d'impresa: come costruire una partnership vincente" (dalle 9,30 all'Auditorium di Assolombarda, in via Pantano 9 a Milano).

Dall'analisi emerge che, tra i partner della Fondazione, i di-

pendenti dedicano ai progetti di volontariato una media di tre giornate retribuite all'anno, più un giorno e mezzo speso gratuitamente. L'impegno economico delle imprese si aggira sui 155mila euro ad attività. Ma si può fare tanto anche con molto meno perché, secondo quanto emerge dallo studio, non è tanto la dimensione dell'azienda, quanto la buona disposizione dei suoi vertici a favorire le azioni di volontariato.

La tendenza, insomma, coinvolge sempre di più anche le piccole e medie imprese, al di là delle multinazionali più tradizionalmente impegnate. «Siamo davvero sommersi di richieste per aprire canali di collaborazione con il non profit», testimonia Ugo Castellano, consigliere delegato di Fondazione Sodalitas. «Gli imprenditori iniziano a comprendere il valore fondamentale di questa opera, che non dà soltanto un ritorno d'immagine. Fare del bene migliora il clima interno, crea spirito di appartenenza ed è un ottimo antidoto alla depressione generale che attanaglia molti strati produttivi».

Un'ulteriore conferma si trova anche nel recente Rapporto sull'impegno sociale delle aziende realizzato dall'Osservatorio Socialis di Errepi Comunicazione. Secondo l'indagine, effettuata su un campione di 800 imprese con più di 100 dipendenti, il 59% tra quelle che hanno investito in iniziative di responsabilità sociale ritengono che queste azioni abbiano avuto effetti positivi sui dipendenti, soprattutto per la capacità di generare empatia.

L'indagine di Socialis, inoltre, consente di quantificare le dimensioni del volontariato d'impresa: «L'11% delle aziende interpellate promuove direttamente le iniziative, attraverso l'invito ai dipendenti a partecipare - afferma Roberto Orsi, presidente dell'Osservatorio e coordinatore scientifico dell'indagine - mentre la disponibilità a ospitare raccolte fondi a favore di un ente non profit all'interno dell'azienda tocca il 24 per cento. Si tratta di valori elevati, in crescita rispetto al passato».

Se aumenta il numero dei soggetti coinvolti, però, c'è an-

che bisogno di linee guida per procedere in modo proficuo ed evitare incomprensioni. «L'errore principale - spiega Castellano - è quello di non pianificare a sufficienza le azioni da svolgere, che invece vanno studiate e approfondite, cercando in primo luogo di capire di che cosa realmente ha bisogno la non profit: consulenza, know-how, manodopera. E poi occorre assumere il punto dei vista dei tre soggetti coinvolti, che sono l'impresa, i suoi dipendenti e il partner associativo. La ricerca del Cergas ci ha aiutati a tracciare linee guida valide per tutti, qualunque sia la classe dimensionale o il settore produttivo».

L'iter corretto da seguire va, infatti, dalla definizione dei criteri con cui preventivamente scegliere il partner (legame con il territorio, coerenza con la mission, affidabilità o indicazione dei dipendenti) fino alla fase di valutazione del valore generato dall'esperienza, in termini di raggiungimento del risultato e di effetti benefici su tutti i soggetti coinvolti. «Non è un caso - conclude Castellano - che questa forma di collaborazione stia accelerando proprio in questi anni, in cui le istituzioni pubbliche hanno sempre meno risorse per offrire servizi».

## 3 giorni

### L'impegno retribuito

La media del tempo retribuito dei dipendenti che svolgono attività di volontariato aziendale nell'arco di un anno.

## 1,5 giorni

### L'impegno volontario

L'effetto del volontariato aziendale si estende anche ad attività svolte gratuitamente per ulteriori 1,5 giorni.

## 11%

### Le imprese attive

Tra le aziende che promuovono azioni di responsabilità sociale l'11% rivolge inviti diretti ai dipendenti.

## 56%

### L'indice di soddisfazione

È la percentuale delle imprese per le quali il coinvolgimento dei dipendenti in un progetto aiuta a considerarlo valido.

