

**È più numeroso
l'esercito
dei volontari**

da pag. 41

*Sei aziende su dieci promuovono il volontariato d'impresa
Dipendenti più motivati e coesi grazie ai progetti nel sociale*

Un giorno per gli altri



Sei aziende su dieci fanno iniziative a sostegno di progetti non profit o della comunità locale

Aiutare gli altri per far squadra

Il volontariato d'impresa motiva e unisce il personale

Pagina a cura
DI **SABRINA IADAROLA**

Dal settore dei trasporti a quello della cosmesi, dall'editoria al food&beverage, l'esercito dei volontari in orario di lavoro sta crescendo da qualche anno con numeri significativi anche in Italia. Sono più di sei imprese su dieci a promuovere il volontariato d'impresa, ed una su tre è una pmi. Secondo la ricerca realizzata da Fondazione Sodalitas in collaborazione con GfK Italia, le attività di volontariato d'impresa - e cioè quando il volontariato diventa un progetto dell'impresa stessa, che incoraggia, supporta o organizza la partecipazione attiva e concreta del proprio personale alla vita della comunità locale o a sostegno di organizzazioni non profit, durante l'orario di lavoro - sembrano prendere piede per due ordini motivazionali diversi. L'impresa, sostenendo progetti di enti non profit o di altre organizzazioni, mostra innanzitutto un impegno verso la comunità, sviluppa reti sociali sul territorio di riferimento, porta valore. Ma soprattutto favorisce la propria visibilità e consolida la

propria reputazione aziendale. In secondo luogo, i progetti di volontariato hanno l'ambizione di favorire una forza lavoro motivata e coesa (47%) e sviluppare addirittura delle competenze dei dipendenti, seppure questo aspetto abbia un peso ancora marginale (14%). A beneficiarne, in questo caso, sembrano proprio il lavoro e il clima aziendale: il 60% delle aziende sottolinea infatti un maggior coinvolgimento dei dipendenti, il 49% il miglioramento del clima aziendale, il 38% un miglior lavoro di squadra e il 28% la fidelizzazione dei dipendenti. E sono questi, in effetti, i motivi per i quali il volontariato d'impresa, pur non essendo una nostra tradizione, è stato favorevolmente importato dagli Stati Uniti prima in Europa, poi anche in Italia: lo si è ritenuto strumento di gestione strategica dell'impegno di un'azienda nella comunità, oltre che leva per le politiche delle Risorse umane.

Oggi le aziende che promuovono il volontariato d'impresa non sono solo di grandi dimensioni (il 45% oltre i 1.000 dipendenti), ma anche medio e piccole (il 19% ha meno di 50 dipendenti), e molto trasversali ed

omogenee rispetto al settore di appartenenza. Fanno riferimento a tutti i principali settori industriali ma anche

a società di servizi e di consulenza e supporto ad altre imprese.

Il progetto di volontariato d'impresa è solitamente in capo alla funzione Csr (cioè di responsabilità sociale d'impresa) o alla funzione Risorse umane. Le imprese mettono a disposizione risorse economiche (65%) e spesso anche servizi aggiuntivi, come donazione di prodotti (51%) o messa a disposizione servizi, spazi e strutture (34%). Solo per fare qualche esempio, Kpmg da dieci anni partecipa al progetto «Make a different day» con 200 enti non profit (tra cui Abio, Avis, Bambini senza sbarre, Banco alimentare, Fondazione Exodus, Fondazione Francesca Rava, Fai, Legambiente, Wwf, Mellin, Danone Italia e Nutricia Italia aiutano i volontari del banco alimentare della Lombardia presso i centri di raccolta e di stoccaggio a Muggiò. Sessanta dipendenti della casa farmaceutica Sanofi prestano volontariato presso le associazioni Nocetum

e Fratelli di San Francesco d'Assisi per i richiedenti asilo con il progetto «Give Back». L'Oréal Italia, nel Citizen Day, collabora con l'Associazione Sindrome di Down, Associazione Sclerosi Multipla, Fratelli di San Francesco d'Assisi, Opera Cardinal Ferrari e Refettorio Ambrosiano Caritas.

Il volontariato del dipendente può quindi consistere nell'adesione ad un progetto che è promosso, in modo organizzato e continuativo, da parte dell'impresa stessa. Ma può sostanziarsi anche in un'ora di tempo prestato «una tantum» a favore di un'organizzazione che lo stesso lavoratore sceglie. Ciò che li accomuna è l'impegno attivo della persona verso la comunità - non a caso è in atto una riflessione sul tema degli over 60 prossimi all'uscita dall'azienda e sull'opportunità di utilizzare il Volontariato d'Impresa per supportare il passaggio dalla vita lavorativa al pensionamento. E la caratteristica che (almeno nell'86% delle aziende) il tempo messo a disposizione dai dipendenti sia in genere tempo retribuito, proprio come se fosse una regolare giornata di lavoro.

—© Riproduzione riservata—

Le finalità perseguite dalle aziende



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

LE ESPERIENZE

Un giorno all'anno da dedicare al sociale

Volontari per un giorno: diventarlo non è difficile, e non occorrono neppure grandi esperienze, se non buona volontà. L'azienda retribuisce al lavoratore dipendente quel tempo che lo stesso lavoratore dedica alla comunità. Erogando programmi di formazione ed educazione dei giovani a sostegno dello sviluppo delle competenze matematiche o ingegneristiche. Oppure selezionando e raccogliendo cibi o oggetti per le donazioni o i pacchi alimentari. Oppure, ancora, affiancando gli operatori in attività di segretariato sociale e alle mense dei poveri.

Le belle storie di volontariato italiano d'impresa riguarda tematiche varie, dall'ambiente al sociale, e i fruitori (o meglio, i beneficiari) possono essere giovani, bambini, persone con disabilità, senzatetto, e così via. Anche tutti contemporaneamente.

VolontariAmo, ad esempio, è il progetto di Volontariato d'Impresa del Gruppo BancoBpm, che promuove attivamente la cultura del servizio volontario organizzando giornate regolarmente retribuite, in cui i dipendenti possono essere concretamente di supporto alle organizzazioni no profit del territorio. Il Team Volontariato d'Impresa è costituito da quattro risorse dell'area Risorse umane, nel 2017 ha organizzato iniziative che hanno coinvolto 305 dipendenti in giornate prestate a supporto di 28 associazioni no profit presenti in 22

città italiane, toccando ambiti diversi come: l'infanzia, le donne, i giovani, gli anziani, le persone con disabilità, le persone di origine straniera, la salute, i senzatetto, l'ambiente, gli animali.

I gruppi di volontari hanno imbiancato i locali e riordinato spazi verdi presso case di accoglienza, pulito magazzini, organizzato scaffali in empori solidali, preparato e consegnato pacchi per bisognosi. Hanno prestato servizio alle mense solidali, raccolto frutta e orticole, confezionato pacchi natalizi destinati al fund raising, collaborato nell'allestimento di spazi in occasione di eventi.

Ogni anno in Gruppo BancoBpm viene organizzata la Colletta alimentare in collaborazione con Banco Alimentare ed è in fase di programmazione anche una Raccolta di abiti usati in collaborazione con Humana People to People Italia Onlus. Tutte queste iniziative non solo migliorano il rapporto con le realtà locali, ma consolidano il senso di appartenenza all'azienda e lo spirito di squadra fra i colleghi.

Quello che potremmo intendere un team building «naturale» e che, come è successo in casa Leroy Merlin, fa nascere anche forme di associazionismo tra i dipendenti di una stessa azienda. Il Bricolage del Cuore è un progetto che unisce da anni azienda, collaboratori, comunità e persone in difficoltà tutte unite nel migliorare

l'habitat. Perché migliorare la casa migliora la vita. Ogni collaboratore Leroy Merlin può mettere a disposizione, su base volontaria, una giornata lavorativa all'anno da dedicare a progetti socialmente utili per «fare» ciò di cui sono più esperti: bricolage per il miglioramento di strutture e giardini. Il progetto, partito ufficialmente nel 2014, in quattro anni ha permesso di realizzare più di 200 progetti e circa 20 mila ore di volontariato in tutta Italia, sul tema della «lotta alla povertà abitativa» intervenendo presso strutture private, centri accoglienza, beni comuni e istituti scolastici. Da questa positiva esperienza è nata la volontà di creare l'Associazione Bricolage del Cuore che si propone lo sviluppo, la promozione, l'organizzazione e la diffusione dell'attività di bricolage a supporto della lotta alla povertà abitativa.

L'Associazione intende riunire tutte le persone che «hanno voglia di fare» e che possono mettere a disposizione competenze, tempo e manodopera in un'ottica di aiuto e gratuità per progetti di ristrutturazione, manutenzione e decorazione di abitazioni o strutture. I nuovi cantieri previsti non saranno quindi solo realizzati dai collaboratori di Leroy Merlin Italia, ma saranno l'occasione per sensibilizzare anche i clienti o semplicemente coloro che hanno voglia di fare.

—© Riproduzione riservata—

