

Lavorare, quando non si traduce in sfruttamento, fa sempre bene. Ma ora una nuova forma di volontariato rende il mondo delle imprese una vera fucina di solidarietà. Per lavoratori, aziende e terzo settore.

di **Sabina Fadel**

Il lavoro che fa bene

Silvia è una dirigente di un importante gruppo bancario italiano, collegato con una realtà creditizia internazionale. È stata lei, quando ancora ricopriva il ruolo di responsabile delle risorse umane, a volere a tutti i costi che la sua banca si aprisse al cosiddetto «volontariato d'azienda» (o d'impresa che dir si voglia). «Sono da sempre sensibile al mondo del volontariato, di cui sono parte da anni - racconta oggi -. Così, non appena sono venuta a conoscenza della possibilità di fare del volontariato con l'azienda presso un ente non profit, dopo gli studi e le verifiche del caso, ho proposto alla direzione generale e al sindacato di coinvolgere i dipendenti, che avrebbero aderito su base volontaria, in una mezza giornata di "lavoro alternativo": ripulire gli argini di due fiumi dai rifiuti. Devo ammettere che non ho avuto subito una "splendida" accoglienza. Il progetto è stato definito "rischioso", un modo soft per dire che era "tempo perso", sottratto alla "produttività spicciola". Ma io non ho mollato e, alla fine, come si dice, ho portato a casa il risultato». È stato così che, nel 2017, nella banca di Silvia è entrato il volontariato d'azienda. La scelta del partner

è caduta su Legambiente, che si è preoccupato di tutta una serie di aspetti «tecnici», tra cui il fornire la copertura assicurativa ai lavoratori che avrebbero preso parte all'iniziativa. L'adesione tra il personale è stata alta e i risultati ottimi. «Ho partecipato anch'io, in veste di volontaria, e devo dire che il clima di collaborazione che si è instaurato in quelle due mezza giornate tra colleghi che normalmente si incontrano solo in ufficio, lo spirito di gruppo, la bellezza di fare qualcosa insieme per migliorare l'ambiente, sono stati davvero significativi. Da sempre credo nell'importanza di costruire relazioni autentiche e buone nell'ambiente di lavoro, sia per gli stessi dipendenti, ma anche per l'azienda, che ne trae un indubbio beneficio: quel tempo trascorso insieme ad agire per il bene del nostro territorio ci ha fatto compiere dei grandissimi passi avanti in tal senso».

Questa di Silvia è solo una delle molteplici esperienze di volontariato aziendale che si sono diffuse in Italia negli ultimi anni. I dati Excelsior-Unioncamere, resi noti lo scorso maggio e relativi al 2025, parlano addirittura di vero e proprio exploit: un balzo in avanti di 10mila aziende rispetto al 2024. Sono

attualmente 75.550 le imprese che hanno coinvolto i propri collaboratori in esperienze di volontariato, il 5% del totale delle imprese italiane. Per la Fondazione Terzjus (Osservatorio di diritto del terzo settore, della filantropia e dell'impresa sociale, nato nel 2019 per «promuovere la cultura e il diritto della Riforma del terzo settore») si tratta di una tendenza ormai consolidata e che riguarda soprattutto le imprese con più di 50 dipendenti (9%, pari a 8.340 realtà coinvolte). Tra le imprese fino a 50 dipendenti, la quota è pari al 4,5% (67.210) del totale, ma è proprio tra queste che il balzo tra 2024 e 2025 è stato maggiore, registrando un incremento del 17,6%.

L'abc del volontariato d'azienda

Aderire al progetto è relativamente semplice. Come abbiamo visto nel caso della banca in cui lavora Silvia, un'azienda decide di proporre ai propri collaboratori e collaboratrici di dedicare un certo numero di ore, normalmente retribuite e svolte nell'ambito dell'orario aziendale, a progetti solidali costruiti insieme a realtà non profit del territorio. Accade così che de-



cine o centinaia di ore di lavoro vengano donate a favore di scuole, associazioni benefiche, progetti ambientali e organizzazioni impegnate nel sostegno delle persone più fragili. Per chiarezza, questo tipo di volontariato si distingue tra «volontariato attivo», quando i dipendenti svolgono attività che non necessariamente sono inerenti al proprio profilo professionale (è il caso, per esempio, della banca in cui lavora Silvia), e «volontariato di competenza», dove invece l'azienda dona gratuitamente a un ente del terzo settore (ETS) alcune competenze dei propri collaboratori, per rispondere a una determinata esigenza (nel caso di un'azienda informatica, per esempio, i volontari possono aiutare un ETS a sistemare la rete aziendale...).

«Da tre anni, come Fondazione – precisa Luigi Bobba, presidente di Terzjus –, insieme con UnionCamere e il sistema di rilevazione dati Excelsior, abbiamo inserito nell'indagine ricorrente sui bisogni occupazionali, effettuata su un campione molto grande di imprese, alcune domande proprio sul volontariato di impresa e, più nello specifico, sul volontariato di competenza. È così emerso che tra le oltre 75mila aziende che propongono il volontariato ai propri collaboratori, circa 3mila si concentrano sul volontariato di competenza. Un dato significativo, perché siamo di fronte a un volontariato che in genere non è occasionale, ma che si concretizza in forme più strutturate, progettuali e anche più durature nel tempo. Se infatti un'azienda mette a disposizione di un ETS quel «capitale umano» che è cresciuto e maturato all'interno dell'azienda, non mette in gioco semplicemente la capacità di collaborazione tra mondo profit e mondo non profit, ma favorisce la creazione di una specie di ponte, dove il rapporto è biunivoco, perché quasi sempre gli uni imparano dagli altri».

Lo dimostrano ampiamente le realtà che negli ultimi tre anni sono state premiate da Terzjus nell'ambito di **Volontari@work**, il riconoscimento che la Fondazione riserva proprio con l'obiettivo di mettere in luce le sinergie tra il mondo delle imprese e quello del sociale, dando spazio, visibilità e riconoscimento alle buone pratiche di volontariato aziendale di competenza capaci di generare valore per lavoratori, ETS, Onlus e comunità locali. «In tale ambito – precisa Luigi Bobba – abbiamo visto che non pochi dei cosiddetti «volontari di competenza», terminata l'esper-



FRAZAO STUDIO LATINO / GETTY IMAGES

ienza con l'azienda, hanno scelto di proseguire il volontariato a titolo personale. Il progetto iniziale si dimostra quindi un terreno fecondo per generare nuove vocazioni all'impegno volontario».

Vantaggi per tutti

Ma quali sono i vantaggi concreti del volontariato aziendale per imprese profit e per realtà non profit? Per queste ultime sono abbastanza intuitivi: non solo, infatti, possono godere temporaneamente di una forza lavoro aggiuntiva gratuita, ma, soprattutto nel caso del volontariato di competenza, possono, grazie al know-how professionale (le conoscenze specifiche di un lavoratore) dei volontari, recuperare parte di quei gap strutturali che in genere caratterizzano il mondo del non profit, stimolando un'evoluzione dell'intero settore. Detto in soldoni: le competenze specifiche acquisite da un ETS, contribuiscono al miglioramento di tutto il terzo settore, che talvolta ne è un po' carente. I vantaggi, però, sono signifi-

cativi anche per le imprese. Innanzitutto ci sono i benefici fiscali: il datore di lavoro può infatti dedurre, attualmente nel limite del 5 per mille dell'ammontare complessivo del costo del lavoro delle persone impiegate in attività presso un ETS. Quota che Terzjus propone di innalzare al 10. Ma il volontariato aziendale migliora anche il clima di un'impresa e il cosiddetto *team building* (letteralmente: costruzione della squadra), obiettivo che in genere si ottiene attraverso pratiche e attività, sia ludiche che formative, progettate per trasformare un gruppo di individui in una squadra coesa. Inoltre, favorisce l'acquisizione delle *soft skills*, le «competenze morbide», come le abilità relazionali, comunicative, comportamentali e di intelligenza emotiva che definiscono il modo in cui si interagisce con gli altri e si affrontano i problemi. Abilità, queste, che sono sempre più richieste dalle aziende. Infine, migliora le relazioni nel territorio in cui l'attività è inserita e l'immagine di quest'ultima verso i propri clienti. Lo conferma ancora una volta Luigi Bobba: «I ritorni

per le aziende che si aprono a questa forma di volontariato sono fondamentalmente tre. Al primo posto c'è un ritorno di credibilità di natura sociale, che l'azienda finché non si è aperta al volontariato magari perseguiva semplicemente attraverso donazioni in denaro o di beni, e che con il volontariato acquisisce in modo nuovo. Certo, l'impegno è maggiore, perché deve aprirsi a una progettualità almeno di medio periodo, ma ne vale la pena, perché anche i risultati sono più duraturi. Il secondo ritorno è sul clima aziendale, come testimoniano gli stessi volontari e i loro quadri dirigenti: le persone, dopo un'esperienza innovativa come quella del volontariato, riportano sul lavoro una differente modalità di approccio e una creatività diversa nell'affrontare situazioni nuove, che si riverberano positivamente in tutta l'azienda. Infine, il terzo ritorno riguarda quanto si diceva poc'anzi: non c'è solo

chi insegna e chi impara, perché se i progetti sono costruiti insieme – passaggio fondamentale –, anche i volontari acquisiscono uno sguardo nuovo sui problemi e sul modo di affrontarli e queste competenze entrano a far parte di quella professionalità a cui poi l'azienda potrà attingere».

In un'epoca in cui alle imprese viene chiesto di assumere un ruolo sempre più responsabile nei confronti delle persone, dell'ambiente o del territorio in cui operano, il volontariato aziendale rappresenta, dunque, una delle strade possibili per costruire un legame migliore con la società. Perché a volte basta uscire dall'ufficio per qualche ora per scoprire che il valore di un lavoro non si misura soltanto nei risultati economici, ma anche nella capacità di lasciare un segno positivo nella vita degli altri. Come più volte ha ricordato l'economista Stefano Zamagni, «il volontariato non è un dovere, come pagare le tasse. È un bisogno, il bisogno di donarsi all'altro». Un'esperienza capace di creare legami e generare valore per la comunità.

M