

Stefano Martello – Salvatore Rimmaudo

VOLONTARIATO AZIENDALE MULTICANALE

La guida essenziale
per profit e non profit

Prefazione di Elena Zanella

ELENA ZANELLA EDITORE

2021, prima edizione

Copyright © Elena Zanella Srl Socio unico, Milano, Italy
www.eLenazanella.it | @elenazanella

ISBN 979 – 12 – 80228 – 04 – 8

Elena Zanella® editore crede nella condivisione della conoscenza per la crescita culturale e umana della persona e delle comunità ma riconosce il diritto della proprietà intellettuale. Per questo motivo, la riproduzione anche parziale dell'opera senza espressa autorizzazione è vietata. Qualora si desiderasse usare quanto pubblicato in questo libro, si prega di contattare l'editore all'indirizzo e-mail editore@elenazanella.it.

Si comunica che all'atto della pubblicazione sia della versione eBook che cartacea, i link riportati nel volume risultano corretti. Possibili variazioni nel tempo sono possibili e indipendenti dalla volontà di autori ed editore.

Grazie.

Progetto grafico: Alessandra Bergagna
Foto del profilo: Chiara Fino, 2021

Font

Baskerville URW
P22 Underground

*La necessità è madre
dell'invenzione.*
Platone, *La repubblica*

Per Marcella.
(S. M.)

Per Chiara ed Emanuele.
(S. R.)

INDICE

- 11 Prefazione *di Elena Zanella*
17 Introduzione ragionata e legittimazione delle pagine

CAPITOLO I

- 27 Il volontariato aziendale: l'ambiente, gli attori, le regole
La lettura del presente come auspicio per il futuro
27 1.1 Una prima definizione
31 1.2 Le parti del volontariato aziendale
33 1.2.1 L'organizzazione profit
36 1.2.2 L'organizzazione non profit
40 1.3 Volontariato aziendale 2.0
40 1.3.1 Fasi e movimenti
45 1.3.2 Responsabilità e azioni
65 1.4 Che cosa abbiamo imparato?

CAPITOLO 2

- 69 Verso il volontariato aziendale digitale
69 2.1 Intro
71 2.2 Introduzione all'idea di volontariato aziendale digitale
77 2.3 Il volontariato aziendale digitale come risposta
79 2.4 Aree e azioni del volontariato aziendale digitale
103 2.5 Che cosa abbiamo imparato?

CAPITOLO 3

109	Protocollo per il volontariato aziendale digitale
109	3.1 Il protocollo come check list
112	Scheda 1 – Organizzazione profit
114	Scheda 2 – Organizzazione non profit
116	Scheda 3 – Organizzazione profit e non profit (fase co-progettuale)

CAPITOLO 4

121	Dal volontariato aziendale digitale al volontariato aziendale multicanale
	<i>Una prospettiva oltre il tempo del Covid</i>
121	4.1 Dalla ripartenza alla rinascenza
124	4.2 Dalla rinascenza alla realtà
128	Breviario del volontariato aziendale multicanale
139	Ringraziamenti
141	Bibliografia

PREFAZIONE

di Elena Zanella

Prospettive. Questo è il termine che mi ha lasciato la lettura di questo volume.

Prospettive, appunto, che non sono obiettivi dati, bensì un futuro che va creandosi e concretizzandosi giorno dopo giorno.

La complessità della contemporaneità che siamo chiamati a vivere noi tutti, intra e post Covid-19, non esenta il Terzo settore che, per sua natura, fatica a porsi in un'ottica di cambiamento da cui non può più esimersi perché questo è, ormai, imposto.

In questa mutazione radicale degli equilibri, delle responsabilità affidate e sentite, dei nuovi modi di promuovere l'utilità sociale e del rendersi utili, è attore certamente protagonista il mondo delle imprese che concorre, insieme al nonprofit, nel rispondere a un bisogno sociale che cresce al crescere delle diversità e delle opportunità, anche in un contesto, tutto sommato, di ricchezza (paradossalmente).

Nella partnership profit/nonprofit sta, a mio parere, uno dei capisaldi su cui si fonderà la sostenibilità del welfare di oggi e di domani. In quest'ambito, l'uso funzionale della

risorsa umana volontaria, intesa in termini di opportunità e non di opportunismo, diviene strategica, specie se mette in gioco le competenze e le doti tecniche di ciascuno, tali da elevare – di fatto – il contributo erogato in termini di valore apportato anche di tipo economico.

Il tema qui affrontato è di un'attualità che ancora non ha trovato disamina e analisi puntuale se non in queste pagine, ecco perché questo volume è così importante. Io stessa, che ho fatto dello studio delle dinamiche comportamentali legate al sociale mia ragione professionale, vi ho trovato spunti di riflessione e di lavoro su cui certamente mi baserò nel pensare a quali strategie e strumenti adottare nell'affrontare il tema del peopleraising di competenza, d'ora in avanti.

Si pensi alla portata della questione, sia in termini numerici che di impatto valoriale. In Italia, il numero dei volontari è intorno ai sei milioni, ovvero un decimo della popolazione, e non si tratta, per chi scrive, di sola attività solidale da svolgersi nel tempo libero, bensì inclinazione al senso del dovere e di bisogno di sentirsi utili e solidali, una generosità che si riflette altresì negli atti di dono più tradizionali di cui l'italiano medio è capace. Il volontariato digitale riguarderà, con buona probabilità, parte di questi, sia perché è facile ipotizzare nel prossimo futuro un cambio generazionale che porterà con sé nuove generazioni con capacità differenti dalle precedenti, magari di maggiore livello in quest'ambito, sia perché parte dei servizi si sono – di fatto – dematerializzati e ciò necessita di figure competenti.

Da editore, poi, mi sono proposta di affrontare temi dai contenuti ampi e innovativi, proprio come quelli proposti qui. Di farlo cercando la verticalità sugli stessi, consapevole che metodi e tecniche – senza argomentazioni a supporto che possano spingere il lettore a testare per sé quanto proposto – hanno poco senso.

Ringrazio dunque Stefano Martello e Salvatore Rimmaudo sia per avermi solleticato il desiderio editoriale di sviluppare il tema, sia per avermi chiesto di scrivere le poche righe di prefazione che stai leggendo ora.

I due autori percorrono magistralmente le tappe che segnano il perimetro del più recente modo di fare volontariato, quello digitale – in particolare da parte del mondo delle imprese, ma non solo –, che coniuga in sé non solo il senso di imprescindibilità, elemento dato appunto dal fatto che la nostra è una società ormai digitalizzata, ma di urgenza prospettica, con cui un Terzo settore un po' vecchio e in affanno deve poterci – e, soprattutto, saperci – fare i conti. Il digitale non è mai inteso, si badi bene, preso da solo ma inserito, integrato, in un contesto multicanale da cui non può e non deve affrancarsi, pena l'inutilità. A tal fine, gli autori corredano il testo di schede pratiche “per fare”, check list che permettono al lettore di verificare i passaggi ideali di una relazione profit/nonprofit digitale e multicanale fatta per bene, efficace ed efficiente al tempo stesso.

Agli autori vanno i miei complimenti per aver trattato per primi questo nuovo tema con tale concretezza; a te, lettore, l'augurio di cogliere, da queste pagine, nuovi modi di fare e proporre il volontariato, perché la frontiera che vediamo a volte è fisica, altre è mentale. Per abbatterle entrambe, l'arma di cui non dobbiamo e non possiamo più fare a meno è solo una ed è multicanale.

Ottobre 2021

**VOLONTARIATO AZIENDALE
MULTICANALE**

INTRODUZIONE RAGIONATA E LEGITTIMAZIONE DELLE PAGINE

*Fare o non fare,
non c'è provare.*

MAESTRO YODA

Tutto ciò che è umano deve retrocedere se non progredisce, ammonisce lo storico Edward Gibbon nel suo monumentale e godibilissimo *Storia della decadenza e caduta dell'Impero Romano*.

Questo vale, parimenti, per le relazioni personali, le metodologie professionali e le dotazioni strumentali.

Ce ne siamo accorti, piuttosto dolorosamente, a distanza di un solo anno e di un libro – *Il volontariato aziendale. Dinamiche, potenzialità ed esperienze*¹ – che ha inaugurato, sia pure da punti di osservazione diversi, la nostra amicizia, prima, e la nostra collaborazione professionale, ora.

Se in quel libro abbiamo assolto a una funzione descrittiva – in quel preciso momento fondamentale e necessaria – per perimetrare il campo d'indagine e di azione, presentare gli attori e legittimare i ruoli, nelle pagine che state per intraprendere ci viene offerta la possibilità di un ulteriore (e altrettanto ineludibile) *step* ancora più concentrato sulla visuale attuativa del volontariato aziendale.

1 S. Martello, S. Zicari, I Quaderni del Cesvot, n. 84, 2020.

Due i punti di novità più rilevanti.

Il primo, squisitamente procedurale, riguarda la possibilità – implementata e aiutata da alcune pregevoli ricerche promosse e condotte da Fondazione Sodalitas² – di riflettere in maniera ancora più raffinata su quello che è il volontariato aziendale oggi; sui punti di forza che ne contraddistinguono le potenzialità e sulle aree di vulnerabilità che ancora ne depotenziano una piena efficacia.

Il tutto in funzione a ciò che il volontariato aziendale sceglierà di essere nel prossimo futuro, non tanto in relazione agli obiettivi quanto, piuttosto, in termini di costruzione, co- progettazione e impatto finale delle iniziative.

Il secondo punto di novità, decisamente più strutturale, interessa la *sterzata digitale* a cui il volontariato aziendale italiano – fino a questo momento, e salvo rari casi, tradizionalmente in presenza – è stato indotto dalla recente pandemia da Covid 19.

E che, ancora nel momento stesso in cui scriviamo, versa colpevolmente in un limbo di accreditamento, non ancora pienamente decodificato per azioni, oneri e onori e, per questo, soggetto a pericolose ibridazioni che rischiano di minarne l'accreditamento nel medio lungo periodo. E, con esso, la fiducia delle organizzazioni coinvolte.

Si tratta di due punti strettamente interdipendenti.

Riflettere in maniera più ponderata e qualificata (perché legittimata dai dati) sulle resistenze e sulle potenzialità dell'attuale modello di volontariato aziendale significa, infatti, fare in modo che quelle stesse potenzialità possano trasformarsi in prassi e che le aree vulnerabili siano sanate e corrette, *prima* di trasformarsi in veri e propri errori di

2 Fondazione Sodalitas nasce nel 1995 su impulso di Assolombarda e a 26 anni dalla sua fondazione rappresenta un vero e proprio punto di riferimento sui temi della Responsabilità sociale d'Impresa. Per un approfondimento <https://www.sodalitas.it>.