



di Francesca Sanguineti

Volontariato d'impresa

Il nuovo progetto del Celivo per promuovere la cultura della solidarietà.



Sono passati 15 anni da quando Celivo e Confindustria Genova hanno costituito un protocollo di intesa per promuovere la responsabilità sociale delle imprese e le collaborazioni tra aziende e volontariato finalizzate al benessere del territorio.

Era il 2003, e il Centro Servizi e l'Associazione Industriali realizzavano insieme la prima edizione del "Premio per esperienze innovative di partnership sociali tra imprese e organizzazioni di volontariato", che continua a essere rinnovato di anno in anno.

Ma il mondo del volontariato - in modo un po' affine al settore dell'innovazione aperta - è in movimento continuo e specialmente negli anni recenti ha vissuto una profonda e quantomai positiva evoluzione, caratterizzata da un'apertura verso forme di comunicazione e promozione del tutto nuove.

Il fatto che nell'ultimo decennio la crescita dell'importanza del volontariato di impresa abbia avuto una impennata è sotto gli occhi di tutti. Ma non è così ovvio analizzare l'evoluzione - positiva - che questo termine ha subito in

tempi recenti: se prima, infatti, parlare di "volontariato di impresa" significava riferirsi alle partnership tra associazioni di volontariato e mondo profit, peraltro tuttora esistenti e in molti casi consistenti e utili per i territori, oggi il "volontariato di impresa" è piuttosto un progetto strategico in cui l'impresa informa, invoglia, dà input e spesso incoraggia i propri collaboratori a sostenere un progetto di solidarietà in modo individuale o collettivo.

Dall'altra sponda i Centri Servizio - strutture dislocate in tutt'Italia finalizzate al supporto ai volontari negli Enti di Terzo Settore - tengono il passo, proponendo progetti nuovi e, se così si può dire, all'avanguardia, ideati sullo scenario attuale e sulla disponibilità di imprenditori sempre più illuminati.

Il Celivo, centro Servizi per il Volontariato della Città Metropolitana di Genova, per il 2018 ha studiato e proposto un progetto inedito e fuori dagli schemi che consiste nel proporre alle aziende del territorio l'adozione della promozione del volontariato nell'ambito della loro azione di Responsabilità sociale d'impresa. Un'azione sinergica con il



PAOLA DE ANNA

Direzione Commerciale il Baluardo
www.ilbaluardo.it

«Da sempre il volontariato fa parte della mia vita, quindi perché non integrarlo nel mio lavoro? Conoscevo da anni il Celivo e quando sono stata contattata ho trovato del tutto normale e doveroso dare spazio alla pro-

mozione di questa loro attività così preziosa. Ognuno di noi, giovane o meno giovane, dovrebbe sentire il dovere morale di dedicare parte del proprio tempo al sociale. Una società operosa verso gli altri è una società viva e in crescita. Quando poi ho proposto l'iniziativa alla nostra Capogruppo la risposta è stata pressoché immediata, concretizzandosi nel mettere a disposizione spazi dedicati all'informazione. Il Baluardo di Genova ha aderito al progetto con entusiasmo e ha dedicato una pagina del proprio sito alla promozione del volontariato.

Per amplificare il messaggio e raggiungere il maggior numero possibile di persone sono stati realizzati un roll-up e dei pannelli promozionali posizionati in punti di grande afflusso presso le diverse sedi di Genova. Synlab Baluardo ha in programma attività di educazione e informazione sanitaria e il Celivo sarà con noi».●

Centro a favore di un obiettivo comune: promuovere la crescita della cultura della solidarietà e della cittadinanza attiva. Le imprese aderenti diventano volano di promozione del volontariato verso i loro dipendenti, clienti, aziende partner, fornitori e tutti gli stakeholder. Il Celivo diventa il punto di riferimento per tutti gli interessati, sia per fornire informazioni sia per accompagnare a muovere i primi passi chi decide di attivarsi in un progetto di solidarietà.

Ma chi è il volontario? Così cita la carta dei valori del volontariato: «Volontario è la persona che, adempiuti i doveri di cittadino, mette a disposizione il proprio tempo e le proprie capacità per gli altri, per la comunità di appartenenza o per l'umanità intera. Egli opera in modo libero e gratuito proponendo risposte creative ed efficaci ai bisogni dei destinatari della propria azione».

I volontari non sono né santi, né eroi. Sono persone comuni, sono genitori, studenti, lavoratori o disoccupati, pensionati... Qualunque sia il tempo messo a disposizione, il volontario è una risorsa preziosa sì per garantire dei servizi, ma specialmente per produrre del valore!

Spesso i volontari escono allo scoperto in occasione di catastrofi... Ma essere volontario è una condizione che trova inizio prima di una sventura, di un sisma, di un'alluvione, di un incidente.

Essere volontari è dedicare un po' del proprio tempo - non importa quanto - e le proprie capacità a favore di un progetto di solidarietà in un'associazione strutturata che gestisce tutti gli aspetti organizzativi e burocratici. Essere volontari vuol dire formarsi, sul campo o in aula, ad affrontare le difficoltà che si incontreranno, i disagi degli utenti, le situazioni di emergenza.

Da questa analisi si evince l'importanza strategica dell'impresa, in particolare di quel patrimonio fatto di collaboratori, clienti, fornitori e altri stakeholder. L'azienda è circondata ad angolo giro da persone di ogni età, formazione, provenienza e quindi di talenti, caratteristiche e aspirazioni differenti. Un'azienda che promuove il volontariato è dunque un grande amplificatore del messaggio e un moltiplicatore favoloso per futuri potenziali volontari.

Ma c'è un rovescio della medaglia che potrebbe disincentivare un'azienda ad aderire al progetto: la quantità di informazioni da veicolare e gestire, poiché ogni persona potrebbe scegliere un percorso solidale diverso dall'altro. Per questo il Celivo si propone alle aziende anche come soggetto informativo, comunicativo e di orientamento per tutti gli interessati. In tal modo l'impresa si fa promotore del volontariato presso i suoi "pubblici" ma indirizza a Celivo tutta la gestione degli approfondimenti.

Il messaggio "mettiti in gioco: diventa volontario" è lo slogan che l'impresa promuove agli stakeholder tramite i propri mezzi di comunicazione (sito, newsletter, house organ, social network, email, bacheca ecc.).

Ricapitolando, all'atto pratico il progetto avviene in pochi, semplici step: Celivo propone alle aziende del territorio di adottare la promozione del volontariato nell'ambito della loro azione di Responsabilità Sociale d'Impresa, per compiere un'azione sinergica a favore della cultura della solidarietà e della cittadinanza attiva. Le imprese diventano volano di promozione del volontariato verso i loro dipendenti, clienti, fornitori e gli stakeholder. Il Celivo diventa il punto di riferimento per quanti, interessati, decidono di attivarsi in un'azione volontaria.

Per agevolare la divulgazione del messaggio Celivo ha realizzato una serie di supporti digitali e cartacei in immagine coordinata, personalizzabili con il marchio dell'azienda. Lo staff del Celivo, inoltre, supporta il team aziendale nella stesura di testi promozionali e in occasione di incontri informativi, colloqui di orientamento e corsi di formazione.●

www.celivo.it



BEPPE COSTA

Vice Presidente
Confindustria Genova
e Presidente del Comitato Paritetico
Confindustria Genova-Celivo

«L'Associazione, dal 2003, collabora con Celivo per promuovere presso le proprie aziende associate le opportunità di partnership con enti di volon-

tariato e di terzo settore. In questi anni abbiamo visto nascere e svilupparsi diversi progetti interessanti e, soprattutto, spunti utili per coniugare le attività imprenditoriali con obiettivi e valori di quelle no profit, che vanno a servizio di una comunità sana e inclusiva, nell'interesse di tutti noi. L'auspicio è quindi che anche le aziende associate diventino promotori del volontariato presso i loro dipendenti, clienti, partner e fornitori, per una più ampia e capillare diffusione della cultura della solidarietà».●