

VOLONTARIATO D'IMPRESA: L'ESPERIENZA DELLE AZIENDE IN ITALIA

Azienda e dipendenti insieme per la comunità

Ricerca realizzata in collaborazione con



Obiettivi della ricerca e metodologia



Il Volontariato d'Impresa - inteso come progetto in cui l'impresa incoraggia, supporta o organizza la partecipazione attiva e concreta del proprio personale alla vita della comunità locale o a sostegno di organizzazioni Nonprofit, durante l'orario di lavoro - è una realtà sempre più importante anche nel nostro Paese.

Per rispondere al forte interesse dimostrato dalle imprese sul tema e contribuire alla condivisione di esperienze aziendali virtuose a esso connesse, Fondazione Sodalitas ha deciso di realizzare un'**indagine approfondita sul Volontariato d'Impresa** in collaborazione con GfK Italia con l'obiettivo di:

- **Mappare lo scenario attuale** del Volontariato d'Impresa in Italia nelle aziende, non essendoci ad oggi ricerche esaustive
- **Individuare le best practice** che stanno funzionando nel nostro Paese
- **Mettere a fuoco le opportunità** e formulare **raccomandazioni**, per incoraggiare e sostenere la diffusione e il successo dei programmi di Volontariato d'Impresa.

Il percorso di ricerca avviato si è articolato in due fasi: una prima fase quantitativa e una seconda fase qualitativa.

La **fase quantitativa** è stata condotta, tra novembre 2017 e gennaio 2018, inviando un questionario on line ad auto-compilazione a circa 480 aziende: imprese aderenti a Fondazione Sodalitas e altre aziende sensibili ai valori della CSR.

A seguito della fase quantitativa estensiva si è passati alla **fase qualitativa** realizzando due focus group di approfondimento. A questa seconda fase hanno partecipato complessivamente 14 aziende: Accenture, AirPlus international, CA Technologies, Coca-Cola HBC Italia, Enel, Gruppo Banco BPM, KPMG Advisory, L'Oréal Italia, Novartis Italia, Pfizer Italy, PwC, Samsung Electronics Italia, Sanofi e UBI Banca.

Il campione



All'indagine quantitativa hanno risposto 126 aziende:

- il 61% promuove o ha promosso attività di Volontariato d'Impresa
- il restante 39% non ha mai promosso iniziative di questa natura.

Per oltre la metà straniera - di cui quasi la metà anglosassoni -, le imprese che promuovono attività di Volontariato d'Impresa sono molto eterogenee rispetto al settore di appartenenza e alla dimensione aziendale. Inoltre, hanno una consolidata esperienza di queste attività: il 70% dichiara di realizzare programmi Volontariato d'Impresa da almeno 3-4 anni.

Nazionalità delle aziende partecipanti all'indagine

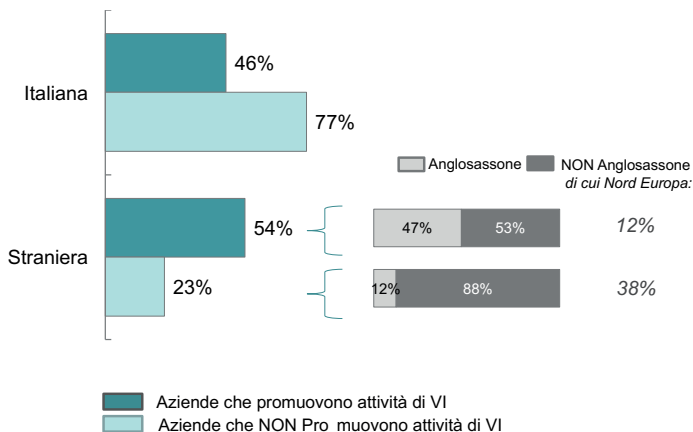


Fig. 1: Nazionalità delle aziende partecipanti all'indagine

Finalità e benefici delle iniziative di Volontariato d'impresa



Dall'analisi delle finalità che le aziende perseguono nell'intraprendere i programmi di Volontariato d'Impresa emergono due aree motivazionali, una verso l'esterno e una verso l'interno.

Le finalità che si rivolgono all'**esterno** si concentrano in particolare su tre fattori:

- contribuire a **sostenere progetti di enti Nonprofit o di altre organizzazioni verso la comunità** (64%)
- **sviluppare reti sociali sul territorio di riferimento per portare valore di lungo periodo** (34%)
- **favorire la propria visibilità e consolidare la reputazione aziendale** (49%)

Quelle rivolte all'**interno** vertono in particolare su:

- **favorire una forza lavoro motivata e coesa** (47%)
- **sviluppare delle competenze dei dipendenti**, seppure questo aspetto abbia un peso ancora marginale (14%).

L'analisi dei benefici riscontrati ex post fa emergere molto forte, e in linea con gli obiettivi, l'importanza della dimensione interna: il 60% delle aziende rispondenti alla quantitativa sottolinea infatti il 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.

Quanto ai principali benefici raggiunti dall'azienda verso l'esterno, la ricerca evidenzia il miglioramento della reputazione aziendale, citato dal 57% dei rispondenti, e il miglioramento delle relazioni nella comunità, citato dal 49% dei partecipanti.

Le esperienze di Volontariato d'Impresa in Italia



In Italia i progetti di Volontariato d'Impresa sono gestiti in primis dalla funzione CSR (38% delle imprese), seguita al secondo posto dalla funzione Risorse Umane (21% delle imprese).

La scelta della formula di volontariato da attivare dipende molto da impresa a impresa, oltre che dagli obiettivi che ci si pone:

Tra le formule di Volontariato d'Impresa oggi più diffuse, voi quali avete utilizzato? (ammesse più risposte)



N. Medio di formule sperimentate= 2,0

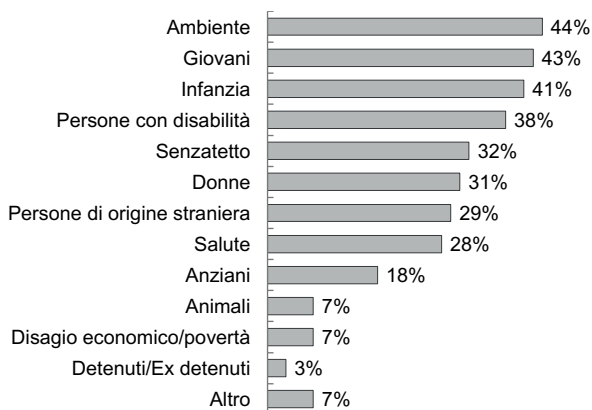
Fig. 2: Diffusione delle formule di Volontariato d'Impresa

Quanto alle tematiche affrontate nelle attività di Volontariato d'Impresa la ricerca evidenzia che sono molteplici e varie: vi è particolare attenzione all'ambiente e al sociale verso molteplici target quali giovani, infanzia, persone con disabilità, senzatetto, ecc.

Per realizzare i programmi di Volontariato le imprese mettono a disposizione risorse e spesso anche servizi aggiuntivi. Innanzitutto il tempo messo a disposizione dei dipendenti è in maggioranza tempo retribuito: l'86% delle aziende rispondenti utilizza infatti questa tipologia e il 71% la considera prevalente.

Oltre al tempo dei dipendenti, il 90% delle aziende mette a disposizione delle organizzazioni Nonprofit anche altre risorse quali risorse economiche (65%), donazione di prodotti (51%) e messa a disposizione servizi, spazi e strutture (34%).

Quali tematiche avete privilegiato? (ammesse più risposte)



N. Medio di tematiche affrontate= 3,3

Fig. 3: Tematiche scelte

Modalità di reclutamento e di incentivazione dei dipendenti



Per incentivare la partecipazione dei dipendenti sono decisivi i livelli aziendali da coinvolgere, i contenuti da proporre e la strategia di comunicazione interna:



Fig. 4: Modalità di incentivazione dei volontari

Insight della ricerca



- Il Volontariato d'Impresa è un **percorso virtuoso** il cui potenziale oggi è ancora in buona parte inespresso
- È fondamentale che l'impresa sia pienamente consapevole dei **benefici esterni e interni** e sia in grado di bilanciarli per il buon esito dell'iniziativa
- È decisivo anche il **bilanciamento tra approccio top-down**, con coinvolgimento diretto del management, **e bottom-up**, favorendo il ruolo attivo dei dipendenti anche nella fase di progettazione
- È importante che la **funzione Risorse Umane** assuma un ruolo di maggior rilievo in collaborazione con la funzione Sostenibilità
- Per favorire una **partecipazione elevata e soddisfacente dei dipendenti**, l'impresa deve mettere in campo azioni e strategie diversificate, dalla individuazione di tematiche e attività di interesse a una comunicazione interna efficace
- Porsi degli **obiettivi qualitativi** e possibilmente **quantitativi** e impostare un processo di valutazione dei risultati favorisce un percorso efficace
- La **co-progettazione è il modus operandi da privilegiare** nella collaborazione con il Terzo Settore: definire un obiettivo comune nell'ambito dei rispettivi obiettivi specifici, avendo sempre in mente lo scopo finale di creazione di valore sociale condiviso.

Il contributo di Fondazione Sodalitas



Alla luce delle evidenze emerse dalla ricerca, Fondazione Sodalitas si conferma come partner importante con cui relazionarsi in modo continuativo sui progetti multi-stakeholder per la sua capacità di **fare networking** e per il suo **ruolo di facilitatore** nel creare un dialogo tra il mondo delle Imprese e quello del Nonprofit.

Con specifico riferimento alle **potenzialità del Volontariato d'Impresa**, Fondazione Sodalitas si propone di:

- Fare **education e sensibilizzazione** sul tema del Volontariato d'Impresa, attraverso il trasferimento delle proprie competenze sviluppate sia sul campo che tramite periodici studi di ricerca
- Aggiornare lo **scenario attuale**, divulgando le best practice con uno sguardo internazionale
- **Organizzare momenti di confronto multi-stakeholder** per condividere le esigenze e le esperienze già effettuate e bilanciare le esigenze delle imprese con i benefici per la comunità
- **Esplorare formule innovative** da proporre alle imprese perché vengano sperimentate
- Essere un riferimento per **selezionare in modo accurato le associazioni** con cui collaborare
- Continuare a essere il **partner di qualità con cui sviluppare progetti on demand di Volontariato d'Impresa**, offrendo un supporto specializzato a 360 gradi.



Nata nel 1995 su iniziativa di Assolombarda e un primo gruppo di imprese e manager volontari, Fondazione Sodalitas è il punto di riferimento in Italia per la Sostenibilità e la Responsabilità Sociale d'Impresa. Oggi aderiscono alla Fondazione oltre 100 imprese leader del mercato italiano, che esprimono un valore economico pari a circa il 40% del PIL e danno lavoro a un milione di persone e che rappresentano la punta più avanzata della business community che ha scelto di "fare impresa" in modo sostenibile. La Fondazione è inoltre partner per l'Italia di CSR Europe, il business network leader per la Corporate Social Responsibility, interlocutore privilegiato della Commissione Europea sulla sostenibilità.

La ricerca è stata realizzata in collaborazione con







FONDAZIONE SODALITAS

Via Pantano, 2 - 20122 Milano
Tel. 02 36572980
www.sodalitas.it
sodalitas@sodalitas.it