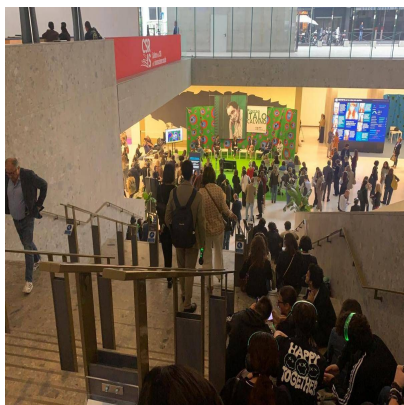




Sostenibilit  , ricerca Sodalitas: volontariato d  impresa evolve e diventa pratica strutturata

Descrizione

(Adnkronos)    Il volontariato d  impresa in Italia sta entrando in una nuova fase: da iniziativa spesso episodica e legata alla sensibilit  dei singoli a pratica sempre pi ¹ strutturata, integrata nella cultura aziendale e nelle politiche di gestione delle persone.    quanto emerge da    Volontariato d  impresa in Italia. Dalle evidenze alla pratica  , il lavoro promosso da Fondazione Sodalitas insieme all   Universit  di Macerata, che analizza il fenomeno attraverso una ricerca qualitativa basata su 31 interviste a manager, dipendenti delle aziende e rappresentanti di organizzazioni del Terzo Settore e attraverso una raccolta di 21 case history condivise dalle imprese associate alla Fondazione nel primo trimestre del 2026, che si arricchir  di altri casi di studio in arrivo nei prossimi mesi.

Il quadro che risulta    quello di un fenomeno in rapida evoluzione. Le esperienze pi ¹ solide sono quelle in cui il volontariato d  impresa viene riconosciuto come parte integrante dell   identit  e della strategia organizzativa, con responsabilit  definite, strumenti di governance e, in molti casi, policy dedicate. Tra le 21 aziende che hanno condiviso la propria esperienza, 18 hanno formalizzato il proprio impegno attraverso una policy interna. Le attivit  spaziano dal volontariato in team a quello individuale, dal supporto operativo al volontariato di competenza, mettendo a disposizione delle organizzazioni non profit anche professionalit  e know-how aziendale.

La ricerca evidenzia come il valore del volontariato d  impresa non si esaurisca nel contributo offerto alle comunit  . Le esperienze condivise dalle aziende mostrano infatti effetti rilevanti sulle relazioni interne: il contesto del volontariato tende ad attenuare le gerarchie, favorire la collaborazione tra persone che normalmente lavorano in funzioni diverse e rafforzare il senso di appartenenza. Il volontariato pu ² inoltre diventare uno strumento di integrazione, onboarding e sviluppo di una cultura comune, creando occasioni di relazione che difficilmente possono essere replicate attraverso gli strumenti organizzativi tradizionali.

Uno degli elementi più significativi emersi dalle interviste riguarda la capacità del volontariato di riattivare una sensibilità civica già presente nelle persone. Per alcuni dipendenti l'esperienza rappresenta infatti un ritorno a forme di impegno sociale vissute in passato e progressivamente ridotte durante la vita lavorativa. Il ruolo dell'impresa, in questo senso, non è necessariamente quello di creare una nuova sensibilità, ma di offrire le condizioni organizzative perché quella sensibilità possa nuovamente esprimersi. La ricerca individua peraltro anche una sfida precisa: il giorno dopo. Molti programmi sono ormai efficaci nella progettazione dell'esperienza, nella scelta degli enti partner, nella logistica e nella misurazione delle attività. È invece ancora poco presidiata la fase di rielaborazione di ciò che le persone hanno vissuto. Un confronto strutturato al termine dell'esperienza può trasformare un'attività di volontariato in un'occasione di apprendimento condiviso e permettere all'esperienza individuale di diventare patrimonio della cultura organizzativa.

Dalla ricerca emergono quindi tre direttrici di sviluppo per le imprese: distribuire il presidio del programma attraverso reti di ambassador e community interne; scegliere gli enti partner a partire dai bisogni reali dei territori; investire nella fase successiva all'esperienza, attraverso momenti di confronto e rielaborazione.

Le 21 case history raccolte nel documento mostrano che non esiste un unico modello di volontariato di impresa. Esistono invece approcci diversi, accomunati dalla capacità di combinare visione strategica, ascolto dei territori, partecipazione delle persone e collaborazione continuativa con il Terzo Settore. Dalle attività ambientali alla tutela delle persone fragili, dall'inclusione digitale al volontariato di competenza, le esperienze raccontate confermano la possibilità di costruire programmi capaci di rispondere contemporaneamente a bisogni sociali concreti e alle esigenze di engagement e crescita delle organizzazioni.

Il volontariato di impresa forse porta alle organizzazioni qualcosa che hanno dimenticato nel tempo, restituisce loro la visibilità di qualcosa che non pensavano di avere nella propria disponibilità. Le rimette in contatto con qualcosa che già possiedono: il capitale civico, la sensibilità di cura, il desiderio di appartenere a qualcosa di più largo dell'ufficio. Le imprese che hanno capito questo e che hanno costruito le condizioni organizzative per renderlo possibile stanno scoprendo che si tratta di uno degli investimenti più efficaci che possano fare sulle proprie persone, commenta Alberto Zanutto, professore associato di Organizzazione aziendale dell'Università di Macerata e curatore della ricerca.

Il volontariato di impresa non è solo un modo per mettere a disposizione tempo e competenze. È un'esperienza che può rafforzare il legame tra persone, impresa e comunità. La ricerca e le case history ci mostrano che, quando viene sostenuto da una scelta organizzativa chiara e da relazioni solide con il Terzo Settore, il volontariato aziendale può diventare una componente concreta della cultura di impresa e della creazione di valore condiviso. Realtà come Fondazione Sodalitas possono rappresentare un valido alleato per le aziende nella selezione delle organizzazioni non profit e nella costruzione di un percorso strutturato ed efficace, dichiara Patrizia Giorgio, senior program manager di Fondazione Sodalitas.

I risultati della ricerca sono stati presentati durante un evento svoltosi nell'ambito del Salone della CSR in corso a Milano, un'occasione di confronto tra evidenze empiriche ed esperienze aziendali a

cui hanno partecipato, oltre al professor Alberto Zanutto e Patrizia Giorgio di Fondazione Sodalitas, Veronica Vismara, responsabile sostenibilit  di Acque Bresciane, Marianna Cawthorne, Corporate Social Responsibility Specialist di Bracco S.p.A, Angela Melodia, Senior Manager Social Innovation and Development di Fondazione Snam Ets. Con questo lavoro, Fondazione Sodalitas mette a disposizione di imprese, enti del Terzo Settore e professionisti un patrimonio di evidenze ed esperienze con lâ obiettivo di contribuire allo sviluppo di programmi di volontariato d  impresa sempre pi   capaci di generare un impatto duraturo nelle comunit  .

   

cronaca

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione

Ottobre 7, 2026

Autore

redazione

default watermark