



# AZIONI, VOLTI E SOGNI DEL VOLONTARIATO PAODOVANO

## Rapporto annuale 2019



# INDICE

© 2019 - CSV Centro Servizi Padova Solidale ODV  
via Gradenigo, 10 - 35131 Padova  
tel. 049 8686849 - fax 049 8689273  
[www.csvpadova.org](http://www.csvpadova.org) - [info@csvpadova.org](mailto:info@csvpadova.org)

## COLLANA ELEMENTI

Direzione editoriale: Niccolò Gennaro  
Elaborazione dati: Alessandra Schiavon  
Copertina: immagine di Alessandra Schiavon

Tutti i diritti sono riservati.

<b>PRESENTAZIONE.....</b>	<b>7</b>
<b>INTRODUZIONE .....</b>	<b>9</b>
<b>NUOVE FORME D' IMPEGNO SOCIALE .....</b>	<b>13</b>
<i>Intervista</i>	
Venezia chiama...i giovani rispondono .....	15
<i>Contributi bibliografici</i>	
Il volontariato e le attività di volontariato .....	18
Più pragmatico meno ideologico dribbla continuità e legami forti preferisce la pluri appartenenza .....	22
Volontariato informale, Ambrosini: “Sbagliato contrapporlo a quello tradizionale” .....	28
Ambrosini - Leggera, libera e fuori dall'ODV. La solidarietà si rinnova e fa dire “Ci sono anch'io” .....	31
La sfida del “Volontariato senza divisa”, tra altruismo e divertimento .....	36
Il volontariato si fa «liquido» e ritrova energie .....	42
Il volontariato “postmoderno” non è poi così male .....	44
La fotografia volontari della porta accanto e gratuità a breve termine è il mutualismo del duemila .....	46
<b>L'IMPEGNO ORGANIZZATO NEL NOSTRO PAESE .....</b>	<b>53</b>
Struttura e profili del settore non profit .....	55
<b>IL VOLONTARIATO A PADOVA: I DATI 2019 .....</b>	<b>61</b>
Distribuzione geografica delle organizzazioni non profit nel territorio di Padova e provincia .....	63
Distribuzione per quartieri .....	69
Attività delle organizzazioni padovane .....	70
A chi si rivolgono le associazioni .....	74

<b>LA FORZA ECONOMICA .....</b>	<b>77</b>
Il tempo è denaro e si misura così .....	79
I criteri di misurazione.....	81
Definire il “lavoro volontario” .....	82
La dimensione economica delle associazioni .....	83
Tipologia delle entrate.....	86
Tipologia delle entrate in relazione all’attività principale .....	88
<b>5 PER MILLE AL VOLONTARIATO .....</b>	<b>93</b>
Un contribuente su tre destina il 5 per mille: Banca Etica rilegge le loro scelte .....	95
Il 5 per mille, analisi dei dati a livello nazionale.....	102
Il 5 per mille, analisi dei dati a livello locale .....	104
<b>PROGETTO REDDITO DI INCLUSIONE ATTIVA .....</b>	<b>107</b>
<b>PROFILO DEI VOLONTARI A PADOVA .....</b>	<b>117</b>
Introduzione .....	119
Componenti Del Consiglio Direttivo .....	119
Il Presidente.....	122
Gli Associati .....	124
<b>VOLONTARIATO D’AZIENDA E WELFARE AZIENDALE.....</b>	<b>133</b>
Welfare community: cosa si intende e differenze con welfare state .....	135
L’Economia della Coesione nell’era della vulnerabilità .....	138
Dalla crisi del capitalismo alla nuova economia comunitaria.....	142
Welfare index PMI - Rapporto 2019 .....	147
<b>INTERVISTE.....</b>	<b>153</b>
Young Digitals .....	157
Berto S.r.l.....	163
voestalpine .....	166
Lavazza .....	172
<b>BIBLIOGRAFIA .....</b>	<b>177</b>

## PRESENTAZIONE

Il Centro Servizio Volontariato, come tutto il mondo dell’associazionismo, si trova ad attraversare un percorso di cambiamento che deriva in parte dalle innovazioni normative del Codice del Terzo Settore, ed in parte dai continui mutamenti che da sempre caratterizzano il volontariato e le modalità con cui si declina la propensione alla solidarietà di cittadine e cittadini. Partendo dall’analisi delle funzioni e dei compiti dei CSV individuati dalla nuova norma di riferimento (D. Lgs. 117/2017), emerge l’ampliamento dell’insieme dei destinatari dei servizi – non più solo Organizzazioni di Volontariato ma tutti gli Enti di Terzo Settore – e l’altrettanto significativa espansione del perimetro di azione dei Centri, che comprende in senso ampio la promozione territoriale dei valori e della cultura del volontariato, della solidarietà e della cittadinanza attiva. Rientrano in questo perimetro le attività di orientamento e animazione territoriale, rivolte in particolare ai giovani, e le azioni di facilitazione dell’incontro degli enti di Terzo settore con i cittadini interessati a svolgere attività di volontariato, nonché con gli enti di natura pubblica e privata interessati a promuoverlo. Il volontariato va poi accompagnato e affiancato con competenza, attraverso servizi di consulenza e formazione, finalizzati a qualificare i volontari o coloro che aspirino ad esserlo, acquisendo maggiori competenze trasversali, progettuali, organizzative così come negli ambiti giuridico, fiscale, assicurativo, del lavoro, progettuale, gestionale, organizzativo, della rendicontazione economico-sociale, della ricerca fondi, dell’accesso al credito. Stando sempre alla norma, i Centri Servizio Volontariato sono chiamati ad erogare servizi di informazione e comunicazione, finalizzati a incrementare la qualità e la quantità di informazioni utili al volontariato, a supportare la promozione delle iniziative di volontariato, a sostenere il lavoro di rete degli enti del Terzo settore tra loro e con gli altri soggetti della comunità locale per la cura dei beni comuni, ad accreditare il volontariato come interlocutore autorevole e competente.

L’insieme dei compiti che la normativa assegna ai CSV, che comprende quelli sopra elencati e altri ancora, richiede (richiederebbe) un’importante implementazione delle risorse economiche destinate ai Centri e un altrettanto importante sviluppo della capacità di programmazione delle attività e della co-progettazione con il territorio; se sul primo aspetto, quello economico, non sembrano esserci all’orizzonte miglioramenti significativi se non quelli

che possono dipendere dalle sinergie di sostenibilità che i Centri stessi saranno in grado di attivare, sul secondo, quello della programmazione e della co-progettazione, ci sono degli amplissimi margini di crescita. Una crescita che può essere agita solo se c'è consapevolezza profonda delle evoluzioni qualitative e quantitative del vasto mondo della solidarietà, dell'impegno civile e della cittadinanza attiva, e se questa consapevolezza viene condivisa con gli altri soggetti della comunità, con i quali costruire analisi dei bisogni ed individuare obiettivi comuni, definendo insieme azioni e attività, fino ad arrivare alla valutazione condivisa degli impatti generati e delle trasformazioni realizzate.

Alla base di questi scenari collaborativi non può che esserci un impegno costante di ricerca e documentazione, che metta a disposizione di tutto il territorio i dati e le conoscenze sul mondo del volontariato e del Terzo settore, non solo in termini quantitativi e numerici ma anche in termini qualitativi. Per riuscire a descrivere e raccontare i valori, gli ideali, le motivazioni, le fragilità, i sogni e tutto ciò che ogni giorno rende vivi quei fili, sottili ed invisibili ma così reali e concreti, che ci connettono tutte e tutti in una grande comunità che fa della solidarietà il suo vero collante.

In quest'ottica va letto anche il presente Report: seguendo quei fili invisibili, arriva a scoprire dinamiche spesso nascoste e contaminazioni innovative, che testimoniano sconfinamenti sempre più frequenti e certamente degni di interesse tra mondi percepiti come diversi ma che contribuiscono, ognuno con le modalità che gli sono proprie, alla ridefinizione di una "grammatica di comunità". Una grammatica fatta sia di parole, che veicolano significati, contenuti e valori, sia di regole, alcune assolute e importanti da ribadire con determinazione, altre continuamente riscritte da chi le pratica e le vive.

Un lavoro perfettibile, come l'ha definito in qualche occasione la sua stessa curatrice, realizzato con grande passione e competenza, che aspira ad essere un contributo sempre più qualificato, a disposizione di chiunque, per leggere queste trame affascinanti.

*Emanuele Alecci*

Presidente Centro Servizi Padova Solidale ODV

## INTRODUZIONE

### Volontariati, impegno individuale e nuove forme di welfare: come la responsabilità sociale cambia volto

Zygmunt Bauman lo definirebbe effetto della "società liquida" postmoderna; senza dubbio la crisi delle ideologie e dei partiti innescatasi nel secolo scorso ed il conseguente indebolimento del concetto "classico" di comunità ha ridefinito le modalità di leggersi cittadini, dipingendo l'immagine di sé nella collettività con toni decisamente individualisti e refrattari a forme di appartenenza strutturate.

È opinione comune che la solidarietà non sia esente dalle ripercussioni che l'evoluzione della società civile mostra e la manifestazione più evidente è rappresentata dalla mutazione delle forme con cui il volontariato si mostra; è in questo contesto, infatti, che si affaccia il fenomeno del volontariato individuale, spot e finalizzato ad uno specifico evento, che caratterizza il privato sociale degli ultimi anni.

Da una ricerca che ISTAT ha condotto nel 2014 sul tema "Attività gratuite a beneficio di altri" risulta che: tre milioni di italiani, il 5,8% si impegnano in attività di volontariato individuale in maniera non organizzata.

Francesco Dente in un interessante articolo pubblicato su "VITA" dal titolo "A tempo e individuale: il volontariato cambia rotta?" profila una fotografia fortemente esplicativa del fenomeno: "È forse la forma più antica e spontanea di volontariato. Antica perché connaturata alla storia secolare dell'uomo. Spontanea perché l'impegno sboccia e fiorisce senza la mediazione di nessuna organizzazione. Prima ancora, anzi, che un'organizzazione si attivi per rispondere a un bisogno o a un'emergenza. È, in due parole, il volontariato individuale. L'altruismo dei singoli: si tratti di persone come il vicino di casa o di un bene comune come un parco degradato o un edificio abbandonato. Una forma di impegno vecchia come il mondo che tuttavia, nonostante i recenti riconoscimenti, fatica a scrollarsi di dosso la condizione di figlio cadetto. Rispetto al volontariato organizzato." L'emersione di questa tendenza privatistica dell'impegno sociale riceve un ulteriore impulso dal riconoscimento giuridico del volontariato non organizzato, infatti, prosegue Dente, "la solidarietà senza divisa, sostanzialmente ignorata dalla legge quadro sul volontariato (legge

266/91), ha dovuto attendere la riforma costituzionale del 2001 per uscire dall'anonimato grazie all'articolo 118, cardine del principio di sussidiarietà, che attribuisce allo Stato e agli Enti locali il compito di favorire l'iniziativa autonoma “dei cittadini singoli e associati” per lo svolgimento di “attività di interesse generale”. Non si dimentichi che l'attualissima riforma del Codice del Terzo Settore nell'art.17 comma 2 contribuisce a rafforzare l'impegno privato a favore del bene comune, disciplinando la figura del volontario, svicolandolo definitivamente dall'appartenenza ad un'organizzazione strutturata: “Il volontario è una persona che, per sua libera scelta, svolge attività in favore della comunità e del bene comune, anche per il tramite di un ente del Terzo settore, mettendo a disposizione il proprio tempo e le proprie capacità per promuovere risposte ai bisogni delle persone e delle comunità beneficiarie della sua azione, in modo personale, spontaneo e gratuito, senza fini di lucro, neanche indiretti, ed esclusivamente per fini di solidarietà.”

Se lo sdoganamento della figura del volontario singolo mostra una positiva apertura alla modernità, tuttavia, ci mette in guardia Luca Gori (Vita, luglio -agosto 2019), bisogna fare attenzione “allo sfruttamento dei volontari come manodopera a basso costo...Ciò che manca è, a mio giudizio, una riflessione più complessiva che, astraendo dai casi singoli, riesca ad inquadrare complessivamente il fenomeno, nello sfondo più ampio del Terzo settore. C'è una offerta crescente di tempo, competenze e risorse del cosiddetto volontariato individuale, dentro le nostre comunità: bisogna domandarsi, perché. Da un lato, si potrebbe dire che vi sia un più o meno consapevole rifiuto di una dimensione organizzata ed istituzionalizzata, vissuta come eccessivamente burocratizzata, quasi soffocante: allora, bisogna chiedersi se le forme giuridiche nelle quali intendiamo qualificare giuridicamente il volontariato siano o no adeguate. Dall'altro, però, bisogna essere avvertiti che dietro l'attenzione riservata al fenomeno potrebbero esserci tentativo del “potere” di guidare e condizionare soggetti singoli (più difficile farlo con soggetti organizzati), o il tentativo di “sfruttare” i volontari come manodopera a basso costo (anche in questo caso, più complesso farlo con associazioni). Bisogna, cioè, trovare un punto di bilanciamento fra una necessaria promozione delle attività di interesse generale autonomamente condotte anche dai cittadini singoli, ed una tutela dell'autonomia, spontaneità e libertà del volontariato. Questo il ruolo del giurista, oggi. Senza sopravvalutazioni: perché il volontariato, almeno quello espressione della più profonda libertà e socialità dell'uomo, trova sempre un modo per esprimersi, al di là delle forme giuridiche entro le quali possiamo provare a contenerlo.”

Nel contesto sopra descritto stanno prendendo vita una serie innumerevole di progetti “di nuova concezione” legati alla solidarietà o al privato sociale, che nel Report 2019 è nostra intenzione indagare, dipingendone i tratti distintivi; ci si riferisce ad esempio all'ormai consolidata collaborazione tra CSV e amministrazione comunale per l'inserimento in associazioni di soggetti che beneficiano del Progetto Reddito di inclusione Attiva. Se pur (per i nostalgici dell’“ancien régime”) l'impiego di soggetti svantaggiati in associazioni, secondo quanto previsto dal progetto R.I.A non risponde alle regole canoniche del volontariato, tuttavia ci sentiamo di includerne gli esiti all'interno dei percorsi di partecipazione attiva e di solidarietà individuale; in considerazione: e dell'apporto che tali persone forniscono alla comunità e delle ripercussioni positive che sia hanno dall'agevolare il loro avvicinamento ad ambienti positivi, con un naturale avvio di percorsi di welfare generativo.

In un contesto collettivo in cui si manifesta con indubbia evidenza un crollo del sistema tradizionale di welfare state, in un paese in cui la spesa pubblica per l'assistenza nel campo delle non autosufficienze, della famiglia e maternità e della povertà è nettamente inferiore rispetto alla media europea, si affermano sistemi di protezione sociale che scavalcano le logiche classiche della sussidiarietà, puntando non tanto all'erogazione di singole prestazioni ma al benessere collettivo; i percorsi di “welfare comunitario”, “welfare relazionale”, “welfare aziendale”, che oramai si fondono con le politiche Pubbliche per la collettività, diventano un unico processo innovativo retto da logiche partecipative, hanno quindi come attori cittadini, enti, organizzazioni del terzo settore ed imprese.

È su queste ultime che intendiamo puntare l'obiettivo delle nostra analisi approfondendo il tema del volontariato d'impresa e del welfare aziendale come fenomeni esplicativi dell'evoluzione che il terzo settore sta affrontando.

La legge di stabilità del 2016 ed i successivi decreti hanno fatto sì che si accendesse l'attenzione di molte imprese nei confronti delle politiche di welfare aziendale, inizialmente attratte dai vantaggi fiscali che ne derivavano. Come dicevamo, le dinamiche sociali caratterizzate da una contrazione della spesa pubblica a favore degli strati deboli, il necessario e conseguente aumento dell'impegno personale (economico e di tempo) cui le famiglie sono costrette per la cura dei propri componenti e la percezione di insicurezza rispetto al futuro lavorativo ed al benessere, facilitano l'accettazione ed il consolidamento di tale fenomeno; l'inclusione di un nuovo attore (l'impresa) nel sistema di protezione sociale introduce una rivoluzione culturale, consentendo di

capovolgere la storica dicotomia “pubblico-privato” in cui i secondi faticavano a togliersi di dosso la fama di autoreferenzialità e di interesse privatistici.

La sfida per una corretta applicazione del sistema di welfare aziendale, tuttavia, non può prescindere dalle modalità con cui tale impegno viene applicato; è necessario esorcizzare la possibilità che divenga mero somministratore di benefit per il consumo immediato, bensì deve essere letto quale strumento che innalza il livello di immunità dei lavoratori nei confronti dei rischi sociali a carico della comunità ma ancor più dei singoli e dei loro familiari.

## NUOVE FORME D'IMPEGNO SOCIALE



## Venezia chiama...i giovani rispondono: l'impegno "liquido" degli angeli dell'acqua alta

Alessandra Schiavon e Anna Donegà – dicembre 2019

La spinta solidaristica dei giovani che si esprime nell'impegno non formalmente organizzato si è manifestata con tutta la sua energia nei giorni di novembre di quest'anno, quando Venezia è stata afflitta dagli effetti devastanti di una pesante alluvione, che ha portato il livello delle acque ben al di sopra del limite abituale.

Gli effetti devastanti dell' "acqua granda" hanno acceso l'interesse ed il desiderio di adoperarsi di molti volontari, tra questi un cospicuo gruppo di giovani di Venezia e non che, in tempi velocissimi ed affidandosi agli strumenti dei social, ha raccolto centinaia di adesioni di volontari pronti a mettersi in campo. Loro sono i giovani di Venice Calls, gruppo spontaneo, che in un anno ha ottenuto più di 1500 adesioni, che opera e coordina gli "attacchi di impegno civico" servendosi degli strumenti più smart e che attiva i le proprie schiere di volontari su iniziative concrete, realizzabili in tempi brevi e con risultati tangibili; assolutamente in linea con le dinamiche che si stanno diffondendo negli ultimi tempi.

"C'erano quasi 500 persone in giro per Venezia oggi - spiega Piero Risica, 25 anni, portavoce dell'associazione - Dopo l'acqua alta ci siamo ritrovati in tutta fretta in Campo Manin, per coordinare gli interventi, e siamo partiti. Il lavoro principale nel post-mareggiata, spiega Risica, è stato quello di coordinare le operazioni di raccolta dei rifiuti. Sì perché - osserva - i commercianti stavano compiendo il solito madornale errore di buttare tutto in strada. Lavoravamo in coordinamento con la municipalizzata Veritas, chiedendo loro l'invio dei barchini sui quali caricare le immondizie che, così, sono state avviate al sistema del riciclo, anziché essere smaltite in modo indifferenziato". Gli 'Angeli dell'acqua alta' hanno raccolto quasi due tonnellate di rifiuti. I 'Venice Calls' si riconoscono per la maglietta e la spilla con il logo dell'organizzazione. L'emergenza oggi è l'acqua alta. Ma da quando è nata, nel 2018, l'associazione che vuole "ripristinare la cura e la tutela della città", ha promosso altre giornate di mobilitazione, per la pulizia dei canali e delle calli - "Scova e scoasse" - o la ripulitura dei muri di Venezia dai graffiti.

L'entusiasmo di Venice Calls ha fatto da catalizzatore per molti altri gruppi

di giovani; tra questi abbiamo incontrato Giulio Cremonese, membro del direttivo di Erasmus Student Network sezione di Padova e Gentjana Vokrri, rappresentante locale e referente comunicazione per Erasmus Student Network sezione di Venezia, i quali si sono attivati tramite i loro canali di comunicazione per sollecitare anche la partecipazione degli studenti stranieri alle attività per ripulire la città.

Il network padovano conta tra i soci circa 70 studenti italiani e più di 1000 ragazze e ragazzi in Erasmus o in Italia per esperienze di studio internazionali. Giulio Cremonese ha fatto la sua esperienza Erasmus 5 anni fa e da due è membro del direttivo di Padova. E' uno dei "vecchi" perché il rinnovo delle cariche è annuale e il ricambio molto veloce: una caratteristica di Erasmus Student Network controcorrente rispetto alla media delle associazioni di volontariato. La rete nazionale fornisce ai gruppi locali una serie di "cause", ovvero dei progetti tra i quali ciascun nodo della rete ne può scegliere quattro da portare avanti nel territorio. A Padova gli studenti di ESN sono impegnati in particolare in incontri nelle scuole sulla mobilità in Europa, fin dalle primarie, in un progetto sulle competenze del volontariato oltre alle attività di orientamento e socializzazione per gli studenti Erasmus che arrivano a Padova. Quando c'è l'occasione ESN Padova propone ai soci anche iniziative di volontariato. Giulio ci spiega che non sono proposte strutturate o programmate, ma che si attivano in caso di bisogno. Così, in una delle riunioni settimanali, è nata l'idea di attivarsi per l'emergenza acqua alta a Venezia per portare il loro contributo. In collegamento con il gruppo di Venezia e Venice Calls, hanno lanciato la chiamata tramite il gruppo Facebook e Whatsapp. Hanno risposto 10 giovani da 8 paesi diversi: Germania, Francia, Bulgaria, Spagna, Moldavia, Cina, Polonia e Stati Uniti. La maggior parte di loro è arrivata in Italia a settembre e alcuni erano già abituati ad esperienze di volontariato nei loro paesi di origine. Una volta arrivati a Venezia, prima hanno iniziato a chiedere ai vari negozianti se necessitavano di aiuto, poi hanno raggiunto gli altri ragazzi di Venice Calls e si sono adoperati soprattutto per la raccolta dei rifiuti. Per Giulio, che ha coordinato questa attività e accompagnato i ragazzi attivandosi in prima linea, è stata un'esperienza di cui sentirsi orgoglioso e che certamente non rimarrà unica: i giovani del Network Erasmus sono pronti per farsi coinvolgere in altre azioni di volontariato, sporadiche ma significative.

Gentyana ha 24 anni, è di origine albanese e vive in provincia di Venezia, qui studia lingue e, come referente di ESN, non è nuova ad iniziative di questo tipo; come ci racconta, con la sua associazione periodicamente lancia appelli per

raccogliere "forze lavoro" da destinare alla realizzazione di progetti specifici. L'adesione è sempre molto elevata e tra coloro che rispondono alla richiesta di aiuto vi sono sempre anche svariati studenti stranieri che si adoperano, di buon grado, per restituire alla città parte di ciò che ricevono in termini di accoglienza. In occasione della mareggiata straordinaria di novembre, Gentyana ha coordinato un gruppo di giovani che hanno aderito all'appello di Venice Calls e, stivali ai piedi, si sono distribuiti nelle zone della città dove vi era maggior bisogno d'aiuto. I veneziani hanno risposto con grande entusiasmo e gratitudine all'arrivo degli "angeli dell'acqua alta", come sono stati definiti, restituendo ai volontari la motivazione necessaria per continuare nel loro impegno dando avvio, come ci racconta la nostra giovane amica, ad un proficuo circolo virtuoso.

## Il volontario e le attività di volontariato

Raffaele Mozzanica - CSV Lombardia - Bussole n. 8

### 1. Il nuovo concetto di attività di volontariato

La Riforma del Terzo settore affronta il tema del “volontariato” sotto due profili. Il primo profilo, in linea di continuità con la disciplina normativa di carattere “speciale” degli anni ‘90, regola l’ambito delle “Organizzazioni di Volontariato”, pur superando la Legge 266/1991 oggi abrogata (su tale punto si rimanda all’approfondimento n. 3 di Articoli – Masera “Le ODV: prima e dopo”). Il secondo profilo (Titolo III – artt. 17-19 del Codice del Terzo Settore), oggetto di analisi in questo contributo, rappresenta una assoluta novità. Infatti, con l’adozione del CTS1, si assiste per la prima volta nel panorama normativo italiano alla previsione ed alla regolamentazione **1 DECRETO LEGISLATIVO 3 luglio 2017, n. 117 Codice del Terzo settore, a norma dell’articolo 1, comma 2, lettera b), della legge 6 giugno 2016, n. 106. (17G00128) (GU n.179 del 2-8-2017 - Suppl. Ordinario n. 43).** dell’attività di volontariato come azione del volontario, anche inteso come singola persona. Viene introdotta per la prima volta una definizione giuridica di volontario (e di volontariato), al di fuori del “classico” contesto associativo del volontariato organizzato; il volontario che fino ad oggi è stato inteso come aderente all’Organizzazione di Volontariato (ODV), supera tale confine e si legittima come valore aggiunto anche in altri contesti soggettivi nelle nuove categorie di enti di Terzo settore (ETS) previste dalla Riforma. Si tratta della previsione che supera l’idea di persona che assume la qualifica di volontario in funzione di un’appartenenza/ aderenza al (solo) ambito **1** del cosiddetto “volontariato organizzato”, riferito al mondo delle associazioni di volontariato. Per capire meglio la novità introdotta, basti pensare che la legge quadro sul volontariato del ’91 disponeva espressamente (art. 2 comma 1) che: “(...) per attività di volontariato deve intendersi quella prestata in modo personale, spontaneo e gratuito, tramite l’organizzazione di cui il volontario fa parte (...)” intendendosi l’organizzazione a cui il volontario apparteneva esclusivamente quella di volontariato (ODV appunto). Si allargano significativamente i confini operativi del volontariato che diventa legittimato alla sua azione nelle diverse articolazioni della società civile. Tale passaggio non può lasciare indifferenti perché rappresenta la valorizzazione del “volontariato” nella forma più ampia e trasversale possibile, determinando l’effetto di introdurre, con piena legittimità, figure di volontari in molteplici contesti, che vanno, oltre alla ODV, dalle APS alle imprese Sociali, passando per tutto il nuovo mondo degli ETS.

### 2. La figura del volontario: i presupposti e le caratteristiche

Questa valorizzazione emerge chiaramente dall’art. 17 del D.Lgs. 117/2017 attraverso la definizione della figura del volontario (art. 17 comma 2): “Il volontario è una persona che, per sua libera scelta, svolge attività in favore della comunità e del bene comune, anche per il tramite di un ente del Terzo settore, mettendo a disposizione il proprio tempo e le proprie capacità per promuovere risposte ai bisogni delle persone e delle comunità beneficiarie della sua azione, in modo personale, spontaneo e gratuito, senza fini di lucro, neanche indiretti, ed esclusivamente per fini di solidarietà”. A presupposto della qualifica di volontario la legge pone due caratteristiche: la prima relativa a profili soggettivi, la seconda concernente l’attività svolta. In particolare la prima si sostanzia nell’azione della persona che origina da una libera scelta e si attua in modo personale, spontaneo e gratuito, con la messa a disposizione del proprio tempo e delle proprie capacità senza finalità lucrative e per fini solidaristici. La seconda caratteristica denota l’azione esercitata dalla persona quale attività in favore della comunità e del bene comune, anche per il tramite di un ente del Terzo settore, finalizzata alla promozione di risposte ai bisogni delle persone e delle comunità beneficiarie della medesima azione. I caratteri del volontario, così definito, ritrovano l’eco delle significative parole spese dai giudici costituzionali nella celebre sentenza del 1992 (Corte Cost. 28-02-1992, n. 75). All’indomani della legge quadro la Corte definiva il volontariato **2** La figura del volontario: i presupposti e le caratteristiche **10** quale “modello fondamentale dell’azione positiva e responsabile dell’individuo che effettua spontaneamente e gratuitamente prestazioni personali a favore di altri individui ovvero di interessi collettivi degni di tutela da parte della comunità”, ed ancora rilevava che rappresenta “la più diretta realizzazione del principio di solidarietà sociale, per il quale la persona è chiamata ad agire non per calcolo utilitaristico o per imposizione di un’autorità, ma per libera e spontanea espressione della profonda socialità che caratterizza la persona stessa”. Si tratta di un principio che, comportando l’originaria connotazione dell’uomo “uti socius”, è posto dalla Costituzione tra i valori fondanti dell’ordinamento giuridico, tanto da essere solennemente riconosciuto e garantito, insieme ai diritti inviolabili dell’uomo, dall’art. 2 della Costituzione come base della convivenza sociale normativamente prefigurata dal Costituente. La portata della norma, ad una prima analisi, si presenta molto ampia: infatti l’espressione dell’attività del volontario, dice la legge, avviene “anche” per il tramite di un ente del Terzo settore, lasciando presupporre che anche altri e diversi possono essere i luoghi e i momenti di appartenenza dentro i quali può svolgersi l’azione volontaria

di una o più persone. Nei medesimi termini la finalizzazione dell'attività in favore della comunità e del bene comune, conferma, ribadisce e istituzionalizza il volontario nella sua dimensione peculiare di prossimità verso le istanze, le esigenze, i bisogni espressi dalla società civile, capace di risposte attente e tempestive, che sanno andare di pari passo con un contesto culturale e una concezione di bene comune sempre più velocemente in cambiamento e in evoluzione in nuove forme. La Riforma, per l'analisi che qui si presenta, regola l'azione del volontario nell'ambito dell'ETS di cui il volontario fa parte.

### **3. Principio di gratuità ed effetti sulla figura di volontario**

Se l'azione volontaria deve originare da un processo decisionale dell'individuo, questa anche singolarmente può essere prestata all'interno degli enti del Terzo settore, a cui la legge attribuisce la facoltà di avvalersi di volontari nello svolgimento delle proprie attività. Di fatto la nuova normativa presuppone il volontariato, inteso quale azione anche di un singolo individuo, quale risorsa importante, se non addirittura determinante nel caso delle ODV e delle APS, nell'organizzazione e nello svolgimento delle attività degli ETS; tanto da consentire a questi ultimi la facoltà di avvalersi di volontari nello svolgimento delle proprie attività, stabilendo specifiche condizioni. La legge non detta condizioni di appartenenza specifiche affinché un ETS si avvalga del volontario; si tratta di una libertà che lascia alla discrezionalità dell'Ente di regolare le forme dell'appartenenza, purché opportunamente previste e regolamentate. Quale esempio di pratica, nell'ambito dei soggetti giuridici associativi è possibile prevedere una semplice presenza di volontari che sono iscritti nell'apposito registro alla figura del socio volontario, per la quale il rapporto associativo diventa il presupposto dell'appartenenza. Pertanto sono i caratteri del volontario che vanno così a delineare e a tipizzare l'attività di volontariato da questo esercitata. In tale ottica l'art. 17, comma 3, afferma che "l'attività del volontario non può essere retribuita in alcun modo nemmeno dal beneficiario.

Al volontario possono essere rimborsate dall'ente del Terzo settore tramite il quale svolge l'attività soltanto le spese effettivamente sostenute e documentate per l'attività prestata, entro limiti massimi e alle condizioni preventivamente stabilite dall'ente medesimo. Sono in ogni caso vietati rimborsi spese di tipo forfettario". La gratuità dell'attività del volontario si traduce nel divieto assoluto che vi possa essere qualsivoglia tipologia di retribuzione, né da parte dell'ETS, presso il quale svolge e presta l'attività, né da parte del beneficiario dell'attività

stessa. Viene così ammessa la sola possibilità che possano essere riconosciute al volontario le spese purché effettivamente sostenute e documentate, escludendo espressamente la possibilità del rimborso spese forfettario. La nuova norma attribuisce all'Ente il compito di regolamentare il rimborso spese, attraverso l'individuazione di un tetto massimo e fissando le condizioni per ricevere il rimborso; ciò potrà essere effettuato dall'organo competente attraverso un proprio atto deliberativo piuttosto che con regolamento specifico sulla disciplina dei volontari. Qualora le spese sostenute dal volontario non superino l'importo di 10 euro giornalieri e 150 euro mensili, il rimborso può essere effettuato da parte dell'Ente, anche sulla base di un'autocertificazione del volontario stesso. In tal caso l'autocertificazione deve essere redatta conformemente all'articolo 46 del DPR 28 dicembre 2000, n. 445, con sanzioni in caso di false dichiarazioni. Inoltre l'organo sociale competente deve previamente stabilire, con proprio idoneo provvedimento (es. delibera del Consiglio Direttivo) le tipologie di spesa e le attività di volontariato per le quali è ammessa la modalità di rimborso con autocertificazione. Modalità esclusa espressamente (art. 17, comma 4) per le attività di volontariato che riguardano la donazione di sangue e di organi.

I caratteri con i quali la legge identifica il volontario, come sopra descritti, ne determinano la sua incompatibilità con "qualsiasi forma di rapporto di lavoro subordinato o autonomo e con ogni altro rapporto di lavoro retribuito con l'ente di cui il volontario è socio o associato o tramite il quale svolge la propria attività volontaria". Dal principio della gratuità dell'attività del volontario discende dunque il divieto assoluto ed incondizionato di retribuire l'attività del volontario.<sup>1</sup> La nuova norma introduce un ulteriore criterio di esclusione dalla qualifica di volontario, per quell'associato che "occasionalmente coadiuvi gli organi sociali nello svolgimento delle loro funzioni"; ad una prima interpretazione della disposizione si deve ritenere che l'incompatibilità sorge al verificarsi contestuale di due condizioni: a) l'azione del volontario si sostanzia nel supporto agli organi sociali nello svolgimento delle loro funzioni;

<sup>1</sup> Vedi IB "Il lavoro negli enti di terzo settore" b) che tale supporto si verifichi in termini temporali in via occasionale. Per quanto concerne quei soggetti che si qualificano comunque volontari ai sensi di legge, quali gli operatori volontari del servizio civile universale, il personale impiegato all'estero a titolo volontario nelle attività di cooperazione internazionale allo sviluppo, nonché gli operatori che prestano le attività nel Corpo nazionale soccorso alpino e speleologico, è espressamente prevista la non applicazione della normativa esposta del CTS, in ragione di previsioni di legge specifiche per queste fattispecie.

## Più pragmatico meno ideologico dribbla continuità e legami forti preferisce la pluri appartenenza

Paola Atzei - Vdossier - Settembre 2015

La ricerca "Attività gratuite a beneficio di altri" realizzato da Istat, in collaborazione con CSV net e la Fondazione Volontariato e Partecipazione, offre numerose prospettive di riflessione per comprendere meglio il fenomeno dell'impegno gratuito individuale e organizzato; così come le evoluzioni che sono in atto nel mondo del volontariato italiano. Con Riccardo Guidi, ricercatore dell'Università di Pisa e già direttore della Fondazione Volontariato e Partecipazione negli anni di elaborazione della ricerca in questione, affrontiamo il tema del cambiamento delle motivazioni di chi fa volontariato in associazione e quali opportunità e sfide possono offrire al volontariato organizzato le forme di impegno gratuito individuale nel promuovere una società più disponibile, partecipe e solidale. Il ricercatore Riccardo Guidi analizza il fenomeno dell'impegno gratuito individuale e organizzato. E le evoluzioni in atto nel mondo del volontariato 26 settembre 2015 settembre 2015 Quali sono le motivazioni che spingono le persone a fare volontariato, alla luce dei risultati della ricerca? Nella ricerca abbiamo indagato le motivazioni dei volontari organizzati: per forma organizzata intendiamo qualsiasi tipo di organizzazione, non solo quelle di volontariato, ma organizzazioni religiose, movimenti, gruppi informali. Anche in tempi di volontariato post-moderno, fluido, riflessivo esiste un nocciolo importante di persone, soprattutto donne, casalinghe del Sud e delle Isole, che fanno volontariato da tanto tempo e che mettono al centro della propria esperienza una motivazione religiosa: è il gruppo più coeso nel mondo del volontariato a motivazione tradizionale. Poi esiste un gruppo che fa volontariato per motivazioni varie, il cosiddetto volontariato del "far fronte".

Sono persone che si mettono in gioco con la propria attività gratuita perché riscontrano che alcuni bisogni non sono soddisfatti né dallo Stato, né dal mercato. Osservando i dati, hanno alcune specifiche caratteristiche socio-anagrafiche: persone mature, con una lettura del territorio legata anche al lavoro che fanno e ai loro carichi familiari; si mobilitano per i propri figli e per avere dei servizi e un territorio migliore; fanno volontariato in più organizzazioni e quindi hanno un occhio che con più forza di altri, è puntato sui bisogni non soddisfatti dell'ambiente e della comunità di riferimento. Questo costituisce il cosiddetto "core civico" della società italiana che si mobilita. Si tratta anche di un volontariato molto pragmatico, visto che si attiva in molti campi, perché

"non gli sta bene quello che vede oltre la porta di casa". Cosa riscontra di nuovo rispetto alle motivazioni di chi si impegnava nel volontariato dei decenni passati? I volontari che "fanno fronte" oggi sono persone che non si fanno troppo contagiare né dall'euforia, né dagli ostacoli posti da un'ideologia o un credo. Sono le persone che vedono la buca per strada e invece di chiamare l'ufficio tecnico del Comune provano ad organizzarsi per risolvere quel problema specifico. Cosa ha di "nuovo" questo volontariato? È de-ideologizzato, molto pragmatico. Rispetto alla tradizione 27 Focus 1 di volontariato italiano forse è una novità. Si attiva con interventi spot, non necessariamente continuativi nel tempo, agisce in modo ibrido rispetto a più organizzazioni e cerca di far fronte a più problemi per darvi una soluzione. È insomma un volontariato pragmatico e poco ideologico, molto mirato alla risoluzione del problema concreto. Quali sono le altre tipologie di volontariato che emergono? Ci sono altre "famiglie" motivazionali che ho chiamato "volontari per amicizia". Fare volontariato aiuta a entrare in contatto, rafforzare le proprie competenze relazionali. Abbiamo dimostrato che questa è una motivazione importante soprattutto per soggetti che stanno alla coda della piramide demografica, i più giovani e i più anziani, che sembrano essere, dai nostri dati, i segmenti sociali che più ritengono importante il lato della socialità come spinta a fare volontariato. Sempre su questo fronte delle motivazioni cosiddette self-oriented, cioè orientate a derivare un qualcosa per sé oltre alla relazionalità, c'è inoltre un piccolo ma significativo gruppo di volontari che ho denominato "volontari per valere": dicono di essere motivati soprattutto per valorizzare le proprie capacità, mettersi alla prova, accrescere le proprie chances di trovare una migliore occupazione o di professionalizzarsi. Si tratta soprattutto di giovani studenti che fanno volontariato per rafforzare se stessi, per avere un risultato in termini di empowerment. In sintesi, attraverso l'analisi delle scelte motivazionali, quale immagine potrebbe delineare del volontariato? Da questa analisi sembra emergere un modello del volontariato italiano a tre punte. C'è un primo fronte motivazionale orientato verso il self, ovvero legato a bisogni personali che voglio soddisfare: bisogno di amicizie, di rafforzare me stesso. Poi esiste un secondo fronte motivazionale che è legato al desiderio di intervenire sulla comunità di riferimento, che sia locale o globale poco importa, per soddisfare dei bisogni che ho davanti agli occhi ma non vedo risolti da nessuno, e potremmo dire che questa è una motivazione social-oriented, cioè orientata alla società. Poi esiste 28 settembre 2015 settembre 2015 un terzo fronte di motivazioni che possiamo chiamare motivazioni trascendentali, legate soprattutto al volontariato religioso. Con questa analisi, emerge che non si fa volontariato solo per motivazioni altruistiche a prescindere. E inoltre

spesso i motivi per cui lo si fa sono molteplici e intrecciati tra loro: una motivazione social oriented sta benissimo insieme ad una motivazione self-oriented e l'una rafforza l'altra. Questo non è che sporca l'attività, ma la rende concreta e aderente ai propri percorsi di vita e ai propri bisogni. Quali ricadute hanno le motivazioni che spingono a fare volontariato sul singolo e sull'associazione? Sono pochissime le persone che dicono di non aver avuto nessuna conseguenza dall'aver fatto volontariato. Le ricadute sono di breve periodo, ovvero sentirsi meglio con se stesso, allargare la rete dei rapporti sociali, cambiare il modo di veder le cose. A queste si affiancano ricadute di più lungo periodo che portano delle conseguenze nella propria vita dal lavoro ai rapporti in famiglia. Le motivazioni poi impattano anche sul tipo di organizzazione, sul contesto. In parte è il volontario che dà all'organizzazione, in parte è l'organizzazione che dà al volontario. Oggi ha poco senso impostare una campagna di promozione al volontariato solo su una delle tre spinte motivazionali. Le motivazioni come abbiamo visto non sono ferme, ma in cambiamento e non ci si può spaventare del fatto che, soprattutto le persone più giovani, portano dentro un'attenzione personale nel fare queste attività. Non si tratta di un volontariato che eclissa i valori civici ma li trasforma, non ne sporca la gratuità ma qualifica l'organizzazione in forme nuove. Sarà compito delle organizzazioni supportare nel miglior modo possibile la trasformazione in forma virtuosa di questa energia volontaria. Non so se le storiche organizzazioni di volontariato sono capaci di affrontare questa sfida oppure saranno altri i soggetti che riusciranno a valorizzare al meglio questo patrimonio, magari gli stessi Centri di servizio per il volontariato. Dal suo punto di vista, quali sono gli elementi emersi dalla ricerca più significativi per le 29 organizzazioni di volontariato? I dati sono utilissimi per le organizzazioni di volontariato e per i Centri di servizio per il volontariato perché ci mostrano innanzitutto che in Italia esiste un volontariato individuale che è un bacino enorme. Il numero dei volontari individuali arriva circa 3 milioni di unità e non è così inferiore a quello dei volontari organizzati che sono 4 milioni. Abbiamo un universo di volontari individuali che quindi fanno volontariato fuori da qualsiasi tipo di organizzazione e lo fanno anche da anni. La spia che deve accendersi è che queste persone fanno volontariato e condividono in parte gli stessi valori dei volontari organizzati, ma non si incontrano mai. Forse bisognerebbe concentrarsi su progetti specifici che cerchino di dare un supporto, una continuità a questi volontari individuali, che spesso sono più temporanei e meno professionali. La domanda da porsi è: cosa propongo loro? Cosa possono fare quindi le associazioni per intercettare e valorizzare queste spinte motivazionali al volontariato? Da varie ricerche e buone prassi sta

emergendo che i programmi di promozione al volontariato che hanno più successo non sono tanto quelli centrati sull'entrare a far parte dell'associazione - il discorso sull'identità è un qualcosa che matura dopo - ma quelli legati ad attività specifiche, ad eventi, a bisogni ben identificati, di breve durata che spesso non sono ad esclusivo appannaggio di associazioni di volontariato ma di promotori più ibridi tipo enti locali, partnership tra soggetti privati e pubblici e Terzo settore. Il caso di Expo è molto interessante. Con una partnership tra Expo Spa, Ciessevi di Milano, Csvnet si riesce a mobilitare 16 mila volontari che spesso sono giovani molto qualificati, alcuni stranieri, con un profilo internazionale e con percorsi di formazione universitaria importante: soggetti che hanno una certa competenza anche da offrire. Programmi come questi mostrano di avere grande presa. E chissà se questo è uno stimolo. Quali saranno le prossime sfide che dovranno affrontare le organizzazioni di volontariato? Le organizzazioni di volontariato dovranno domandarsi come Focus 1 30 settembre 2015 intercettare un volontariato che non è più quello organizzato a cui siamo abituati, bensì quello con forti motivazioni diciamo egoistiche ma che in ogni caso si mobilita in una forma di gratuità. Si può anche essere critici, ma la ricerca realizzata con l'Istat ci rende chiaro che dobbiamo attrezzarci per rispondere ad un volontariato che è più episodico, più individuale di un tempo e più legato ad eventi e momenti specifici. In Italia, soprattutto in alcune regioni come in Emilia Romagna, abbiamo grandi tradizioni civiche che però non ci saranno per sempre. Dobbiamo essere in grado di riprodurle: se non lo facciamo, il rischio è quello di perdere questo patrimonio. Le scelte fatte da alcune associazioni ma anche nel mondo cooperativo, non sempre sembrano andare a vantaggio di una strategia di empowerment delle associazioni, forse tantomeno dei volontari. In questo momento, non credo che le associazioni siano in grado di intercettare questa energia di volontariato mentre i Centri di servizio per il volontariato sono più attrezzati. Quindi, secondo me, le associazioni di volontariato e il Terzo settore in generale dovrebbero riprendere un po' in mano le loro competenze più politiche, dovrebbero essere molto più robuste e attrezzate nell'essere di supporto verso una nuova cittadinanza. Allargando lo sguardo, stiamo parlando di cosa significa oggi cittadinanza attiva e solidale. Come potrebbe essere riattualizzata la funzione del volontariato - anche quello de-ideologizzato - per mobilitare queste potenzialità verso una società più partecipe e responsabile? Queste energie sono molto disperse: ed è un tratto tipico della modernità. L'esperienza ci insegna che la mobilitazione delle persone non è legata ad un soggetto, che può essere un sindacato, un partito, una chiesa. La mobilitazione si fa partendo da casi pratici, locali, concreti e non su grandi principi, perché quelli non hanno una grande presa.

La questione fondamentale è riuscire a tradurre in istanza sociale quello che è un problema apparentemente privato. La missione sarebbe quindi quella di aiutare a trasformare il volontariato episodico, individuale, fluido, temporaneo in una attività 31 più continuativa. Non so chi è il soggetto più capace di interpretare questa svolta: dubito che siano le associazioni tradizionali, perché hanno un derivato ideologico-culturale forte che è bene che preservino ma che non è molto funzionale a questo scopo, e, inoltre, non sono sedi di competenze specifiche utili a costruire continuamente motivazioni. Ho l'impressione che i 74 Centri di servizio per il volontariato in Italia, con tutti i progetti e programmi più o meno continuativi di promozione del volontariato e di informazione, abbiano negli anni costruito dentro i propri staff delle competenze motivazionali e di orientamento, che sono molto utili ad affrontare questa sfida. C'è un ruolo politico e tecnico dei Centri di servizio per il volontariato che si lega bene alla tendenza sempre più chiara del volontariato a farsi meno ideologico, meno stabile, più episodico e più legato ad eventi. È molto interessante il discorso che è emerso: partendo da una ricerca, dall'analisi delle motivazioni si arriva poi a pensare ad una visione di società, ad un'idea di cittadini che possono svolgere un ruolo attivo, importante e politico per migliorare la società. A suo avviso, da studioso, quali sono le dimensioni di analisi dei volontariati - cioè della cittadinanza attiva - che andrebbero tenute sotto osservazione in questo prossimo futuro? Da studioso, la cosa che più interessa sono gli impatti anche di lungo periodo dell'attività volontaria prestata dal singolo: capire se il fare volontariato anche in forme nuove, come abbiamo detto, rende la società migliore. In quest'ottica le dimensioni da tenere sotto controllo sono: volontariato e fiducia sociale. Fare volontariato magari in più gruppi, più organizzazioni, più contesti, aumenta la fiducia verso gli altri? Siccome sappiamo che in Italia esiste un deficit enorme di fiducia, e che la fiducia è un prerequisito di una società performante sia dal punto di vista sociale che economico, allora l'elemento fondamentale è tenere sotto controllo i rapporti tra volontariato e fiducia. Sia fiducia negli altri, che nelle istituzioni, perché sappiamo che il livello di fiducia che gli italiani hanno nelle istituzioni è molto basso e Focus 1 32 settembre 2015 si crea un circolo vizioso, perché con meno fiducia nelle istituzioni, meno quella istituzione funzionerà bene e meno avrà fiducia in quella stessa istituzione. Allora il volontariato può in qualche misura - non da solo, chiaramente - tornare ad invertire questo circolo vizioso. Un'altra dimensione fondamentale riguarda il rapporto tra volontariato e attività politiche in senso lato: fare volontariato mi guida in qualche modo ad una sensibilità civile, al desiderio di avere più informazioni rispetto a quello che succede intorno a me, che sia nella strada accanto alla mia o anche dall'altra

parte del mondo se ritengo che sia affettivamente vicino? È davvero una palestra di civilismo? Infine, un'altra dimensione è il rapporto tra volontariato e benessere. Esiste un'evidenza molto chiara che fare volontariato allunga la vita: forse perché per una persona anziana implica il mantenimento di alcune capacità fisiche, intellettuali, costringe ad uscire di casa, a fare movimento, ad essere creativi, tutte cose che aiutano a combattere l'inerzia, l'apatia, la depressione, il depauperamento di competenze. In conclusione, ecco una serie di elementi da tenere sotto osservazione: fiducia, politica e benessere.

## Volontariato informale, Ambrosini: “Sbagliato contrapporlo a quello tradizionale”

Maurizio Ambrosini - 19 maggio 2016 - NON PROFIT redattore sociale

ROMA - Passare dal ruolo di ‘fruitori’ a quello di ‘co-protagonisti’. Ecco cosa significa partecipare come volontari a un grande evento come Expo Milano 2015, ma anche a iniziative meno imponenti come il Festivalletteratura di Mantova che da 20 anni ‘arruola’ le magliette blu per coadiuvare l’organizzazione dell’evento, o il Festival del giornalismo di Perugia che ha volontari che si occupano di seguire gli incontri e documentarli con foto, articoli, post sui social. È il volontariato informale che attrae sempre più giovani. I motivi? “Mettersi alla prova in ruoli diversi da quelli abituali, assumere un ruolo di cittadini attivi, contribuire al successo di un appuntamento che dà lustro alla loro città”, spiega Maurizio Ambrosini. E poi il contributo è ‘a tempo’: ha un inizio e una fine fissati sul calendario e non ha altre incombenze sulla vita dei partecipanti. Ci sono però anche altre dimensioni, come evidenziato nelle motivazioni dichiarate dai 2.376 volontari (circa il 48 per cento di quelli che hanno prestato servizio all’interno del Programma Volontari per Expo e Volontari per il Padiglione dell’Unione europea a Expo) coinvolti nella ricerca realizzata da un’equipe di docenti e ricercatori del Seminario permanente di studi sul volontariato e dell’Università degli studi di Milano per conto di Csvnet e Ciessevi. “Per i giovani un’esperienza come Expo può aver offerto un’occasione per uscire dalla socialità ristretta dei propri circuiti amicali e familiari, misurandosi forse per la prima volta con un mondo adulto diverso da quello della scuola e della famiglia – continua Ambrosini – Può essere stata un’occasione per mettere alla prova e sviluppare determinate competenze, come le conoscenze linguistiche, può aver costituito una tappa che fa curriculum, contribuendo alla professionalizzazione”. Per gli stranieri è stata un’occasione per viaggiare, incontrare altri giovani e conoscere il mondo, per gli adulti altre motivazioni erano la curiosità, l’apertura a nuove esperienze, il servizio alla città.

Ma in cosa si distingue il volontariato informale da quello tradizionale? Quest’ultimo ha caratteri strutturati e costante, impegna a cadenza fissa ed è mediato da associazioni che richiedono un’adesione organizzativa, sviluppano attività di socializzazione, sensibilizzazione e formazione, propongono un’identificazione dei partecipanti con l’associazione, con i suoi obiettivi, la sua visione e il suo approccio ai temi di cui si occupa. Il volontariato informale – che Ambrosini definisce ‘post-moderno’ nella misura in cui quello tradizionale può

essere definito ‘moderno’ – invece prescinde dalla mediazione delle associazioni e privilegia la flessibilità e la scelta personale spesso riferita a singoli eventi: è più congeniale a individui con molteplici interessi, svariati impegni e riluttanza ad assumere decisioni troppo vincolanti per quanto riguarda sia l’identificazione con un soggetto collettivo, sia l’impiego del proprio tempo. “È un volontariato poco incline a dedicare energie alle incombenze e alle dinamiche associative, ma sospinto dal desiderio che ogni ora spesa sia effettivamente rivolta a obiettivi di servizio verso la collettività”, continua Ambrosini.

Lo schema però non è così lineare e la ricerca su Expo lo ha dimostrato. Molti dei volontari intervistati sono impegnati anche in forme di volontariato più tradizionale, altri lo sono stati in passato, altri ancora hanno dichiarato l’interesse a farlo in futuro. Si può dire quindi che questi nuovi volontariati permettono lo sviluppo della cittadinanza attiva e della solidarietà sociale? “Si può notare che forme di volontariato situazionali, a basso coinvolgimento organizzativo, possono rappresentare la porta d’ingresso verso forme di volontariato più complesse e strutturate – prosegue Ambrosini – Sono un’occasione di incontro con determinati bisogni e un modo per entrare in contatto con organizzazioni che se ne occupano in maniera competente. Non ha quindi senso contrapporre il volontariato informale e quello organizzato perché l’uno può evolvere nell’altro, così come pratiche di volontariato continuative possono accompagnarsi alla partecipazione occasionale ad altre forme di cittadinanza attiva o di servizio verso la società”. Insomma, secondo Ambrosini la partecipazione a eventi costituisce comunque una ‘finestra sul mondo, un’opportunità di sensibilizzazione, di socialità, di scoperta di altri ambienti e nuovi significati.

E le associazioni? Ambrosini afferma che ci sono aspetti per cui il loro ruolo è ineludibile. “Le associazioni non solo rendono dei servizi a persone o cause meritevoli, ma rappresentano bisogni e istanze sociali presso i decisori politici, i mass media e l’opinione pubblica – spiega – Sono protagoniste delle azioni di lobby a favore di soggetti e questioni che altrimenti stenterebbero a trovare canali di rappresentanza e ascolto nello spazio pubblico”. In più, nei confronti dei partecipanti svolgono anche formazione e accompagnamento, li educano a conoscere i problemi di cui si occupano e suggeriscono pratiche sperimentate per affrontarli, “mentre il volontariato informale corre il rischio di una costruzione soggettivistica tanto dei bisogni quanto delle modalità di risposta”. Insomma, le associazioni di volontariato sono attori fondamentali in una società civile, dinamica, capace di produrre innovazione sociale.

Una domanda però che Ambrosini si pone riguarda il modo in cui il volontariato non convenzionali di impegno sociale interpella quello organizzato. “Una contrapposizione sarebbe fuorviante, al contrario si tratta di cogliere gli elementi di comunanza e continuità – afferma – Per le associazioni, il volontariato informale può essere un’opportunità di allargamento del pubblico e della base sociale. Pensiamo ad esempio all’impatto culturale di manifestazioni come ‘volontari per un giorno’ o giornate aziendali presso mense dei poveri o dormitori, che non risolvono i problemi sociali ma rompono il diaframma tra minoranze impegnate e maggioranze indifferenti, diffondono consapevolezza e apertura tra chi era estraneo a questi problemi. Il volontariato a Expo apre la riflessione verso nuove prospettive di impegno sociale – conclude – Non è stata una manifestazione fine a se stessa ma un crocevia di incontro con il futuro”.

## Ambrosini - Leggera, libera e fuori dall’ODV. La solidarietà si rinnova e fa dire “Ci sono anch’io”

*Luca Muchetti - Vdossier - Settembre 2015*

All’interno del volontariato moderno cambiano le modalità di coinvolgimento e di partecipazione dei volontari. Con loro cambia anche l’organizzazione e la gestione della forza volontaria nell’ambito di associazioni, più o meno strutturate. Chi osserva in maniera scientifica le oscillazioni e i mutamenti del mondo del non profit e del volontariato ha raccontato questo passaggio, per molti versi epocale, come uno slittamento che dal “volontariato collettivo” conduce al “volontariato riflessivo”. Per questo abbiamo posto alcune domande a Maurizio Ambrosini, sociologo dell’Università di Milano, cercando di raccontare come a differenti forme di impegno gratuito oggi in Italia corrispondano, probabilmente, sentimenti di base comuni ma esigenze e motivazioni differenti. Lo abbiamo fatto connettendo i fili della crisi col tessuto della società solidale, osservando i mutamenti generazionali, la presenza di nuovi cittadini e l’influenza delle nuove forme di comunicazione. Fino ad abbozzare il profilo di un volontariato di domani. O meglio, dei tanti volontariati possibili del futuro. Si parla sempre più frequentemente di “volontariati”, indicando modalità differenti di impegno gratuito. Quali sono le principali differenze fra le motivazioni che spingono una persona a fare volontariato all’interno di un’organizzazione, in occasione di un singolo evento, a impegnarsi nel volontariato “di prossimità” oppure in occasione di una emergenza straordinaria? C’è qualcosa che accomuna queste differenti forme di volontariato, cioè la disponibilità a uscire da se stessi e a fare qualcosa per gli altri, un senso di responsabilità e coinvolgimento per fare fronte ai problemi collettivi. E c’è un altro elemento da considerare: la socialità. Si fa volontariato incontrando altre persone. Certo fra le varie forme di impegno citate ci sono anche importanti differenze: in alcuni casi prevale una visione più leggera, libera da vincoli, da appartenenze ingombranti o da adesioni collettive a progetti, a sistemi di valori. Farei un parallelismo con il mondo della politica: i nostri contemporanei oggi fanno fatica a tesserarsi a un partito, però vanno volentieri a votare alle primarie. Allo stesso modo, con le dovute differenze, oggi sono meno i cittadini che aderiscono ufficialmente a un’associazione, ma non mancano coloro che prestano il proprio servizio per occasioni particolari: dalle calamità ai grandi eventi, fino a occasioni particolari, magari molto mediatiche e soggette a una certa risonanza. A questo proposito, il tema dei grandi eventi merita una sottolineatura particolare. Penso a Expo, al Festivalletteratura di Mantova o ad altri eventi analoghi: in questi casi è come

se un certo numero di persone volesse “bucare lo schermo” e diventare protagonista dell’evento stesso. In un certo senso si passa dal ruolo di semplice spettatore passivo a quello di co-protagonista di un grande evento collettivo, un evento che attira l’attenzione pubblica. C’è chi va per raccontare “c’ero anch’io”, ma c’è chi aumenta l’intensità della propria presenza 55 Ambrosini e non solo dice “io c’ero”, ma anche “ho partecipato attivamente come volontario”. Secondo lei, a diversi tipi di volontariato corrispondono diversi tipi generazionali? In altre parole, è vera o è una semplificazione la teoria che associa persone più mature a forme di volontariato strutturato mentre la fascia giovanile si concentra nel volontariato occasionale o legato agli eventi? Pensavo fosse così, perché ci sono indicatori che effettivamente vanno proprio in questa direzione: al Festivalletteratura, di cui parlavo proprio poco fa, ci sono tanti ragazzi nel corpo dei volontari che assiste i frequentatori del festival, e sappiamo che parecchi giovani si sono presentati per prestare servizio all’Esposizione universale. Indubbiamente i giovani sono più attratti dalla partecipazione al singolo evento rispetto a forme di impegno strutturato, privilegiando un volontariato “mordi e fuggi”. Però sempre a Expo ho visto tanti volontari maturi, segno che probabilmente non si tratta solamente di una questione generazionale. Personalmente credo sia un tratto della cultura della solidarietà contemporanea, forse più diffusa fra i giovani, ma non esclusiva di questa fascia anagrafica. Di certo sappiamo che il volontariato “tradizionale” e strutturato è diminuito, perdendo terreno in favore di formule più leggere e meno impegnative, oppure semplicemente più informali. Secondo lei, questa tendenza può essere messa in correlazione con l’attuale crisi economica? Di per sé la crisi dovrebbe lasciare più tempo alle persone per fare volontariato. Negli anni scorsi si pensava che uno degli ostacoli all’impegno sociale fosse l’intensità dei ritmi di lavoro, e il fatto che anche le donne - da sempre tradizionali “fornitrici” di volontariato - lavorassero sempre più. Oggi sono diminuite le ore straordinarie, è aumentata la cassa integrazione, senza contare la disoccupazione e gli orari di lavoro diminuiti, fra part-time involontari e contratti di solidarietà. Dal punto di vista della dotazione di risorsa-tempo, quindi, mi viene da dire che la crisi potrebbe essere un terreno “favorevole” in tal senso. Io tra l’altro, nell’ambito di una ricerca sulla disoccupazione adulta (Perdere 56 settembre 2015 settembre 2015 e ritrovare il lavoro, ed. Il Mulino), ho sostenuto che forme di volontariato dovrebbero essere incoraggiate fra i disoccupati. È un invito a uscire dal frequente isolamento in casa, conseguente alla perdita del posto di lavoro, oltre che un impegno utile per evitare forme di depressione. Mi riesce difficile spiegare quindi con la crisi economica la diminuzione della propensione al volontariato; probabilmente si tratta di un

problema culturale: la crisi ha incentivato nelle persone la chiusura in se stessi, la cultura del “si salvi chi può”, del rancore. E il rancore non è un buon terreno per il volontariato. La riflessione implicita potrebbe essere questa: “La società non fa nulla per me, lasciandomi senza lavoro, quindi io oggi non mi sento di fare nulla per la società”. È come se si fosse innescato un meccanismo di depressione delle risorse morali. I Centri di servizi in effetti hanno spesso colloqui con candidati volontari disoccupati. A che tipo di spinta ci troviamo di fronte in questi casi? Torniamo alla prima ipotesi. La crisi, fra i tanti effetti, negativi ne ha uno positivo: liberare la risorsa-tempo che una parte di disoccupati è disponibile a spendere nel volontariato. Questo nuovo volontariato, più frammentario e intermittente, è anche specchio dell’adattamento della risorsa-tempo alle esigenze del lavoro, in altre parole dei nuovi ritmi dell’esistenza nella nostra società? Credo che ci siano spiegazioni più profonde: un disoccupato dovrebbe avere disponibilità per forme di impegno più continuative. Anche in questo caso la spiegazione mi sembra più culturale che strutturale. Il volontariato “leggero” porta cambiamenti anche nella gestione dei volontari stessi... Va fatta una piccola digressione: il volontariato di oggi si configura più come esperienza, come qualcosa che arricchisce il sé, e non più soltanto come servizio gratuito agli altri. Anzi, direi che forse questa prima dimensione, più rivolta al sé, è prevalente o per lo meno più avvertita. Molto spesso è addirittura verbalizzata. Alla luce di ciò, le organizzazioni sono chiamate a una svolta, a un cambiamento di paradigma. Invece di attrarre risorse verso una causa - in una dinamica nella quale, è 57 Ambrosini bene ricordarlo, nei volontari c’è sempre stata la consapevolezza non solo di dare, ma anche di ricevere qualcosa dall’esperienza di servizio -, oggi le organizzazioni devono compiere un passo ancora più pronunciato e audace. Le organizzazioni stesse diventano luoghi in cui soprattutto i giovani mettono alla prova se stessi, compiono esperienze significative e imparano qualcosa di utile per il loro futuro, acquisiscono strumenti per consolidare la propria personalità, vengono a contatto e conoscono mondi diversi. Penso a iniziative come “Volontari per un giorno”, promossa da Ciessevi di Milano: idea meritoria, in tal senso, perché riesce a dare il massimo risalto a questa dimensione di volontariato come esperienza significativa per sé, di apprendimento e di apertura. Si bandi che i due tratti non sono in contraddizione fra loro: speriamo che chi fa il volontario per un giorno ci prenda gusto, e diventi una persona disponibile a fare volontariato tutti i giorni. In questo senso, servirebbe aprirsi di più alle scuole, senza pensare ai ragazzi come una risorsa per le organizzazioni. Sono un costo, ma un costo interessante da pagare per diffondere una cultura, per rompere un diaframma fra il mondo degli

“eletti”, degli impegnati, e la grande massa degli “indifferenti”. Sempre parlando delle leve che conducono una persona a far volontariato, pensa che l’applicazione più consapevole e professionale di elementi di comunicazione e marketing abbia modificato i sentimenti originali dei volontari e degli aspiranti tali? E quanto la narrazione del volontariato (dallo storytelling proposto dalle stesse organizzazioni alla rappresentazione giornalistica) influenza la motivazione e ne influenza il sentimento originario? Non sono esperto del tema specifico, mi limito a dire che - di nuovo come in politica - si sono rarefatte le forme più tradizionali di accesso al volontariato, quelle che passavano da itinerari educativi. Per esempio quelle che derivavano dalla formazione religiosa, dallo scoutismo, dall’Azione Cattolica, dal sindacato, o in alcuni casi dai partiti di sinistra. Se l’itinerario educativo non funziona più come in precedenza, e se forse non funziona più nemmeno il passaparola - perché nel frat- 58 settembre 2015 tempo cresce la frammentazione - allora c’è bisogno di altri canali e differenti modalità per raggiungere persone sempre più chiuse in casa propria di fronte alla televisione o al computer. Da questo punto di vista serve qualche investimento più consapevole nella comunicazione. Abbracciando con più convinzione la comunicazione, oltre a dei pro esistono dei contro? Sì, come nella raccolta fondi spesso hanno successo non le cause migliori, ma quelle che riescono più brillantemente a comunicarsi e a rendersi notiziabili. Il volontariato locale, parrocchiale, di piccola associazione - in questo frame, dove conta di più la grande comunicazione - rischia di perdere terreno rispetto a organizzazioni che vanno in televisione, guidate da leader molto noti e riconoscibili. Un volontariato che si fa conoscere attraverso grandi investimenti comunicativi fatalmente tenderà a concentrarsi sulle organizzazioni forti. In prospettiva il volontariato italiano, per composizione, è destinato a invecchiare o a ringiovanire? Il volontariato è già invecchiato. In tutti questi anni i giovani pensionati che diventavano volontari sono stati una grande risorsa. Il problema è che con le riforme pensionistiche, i pensionati giovani vanno via via sparendo. Se ne va quindi un bacino prezioso, quella fascia costituita da sessantenni, qualche volta anche più giovani, che avevano tempo libero, salute ed energie da spendere: sono sempre meno, saranno sempre meno. Questo innegabilmente è un duro colpo per il reclutamento dei volontari. D’altro canto, come dicevo poco fa, se si aprono nuove forme di impegno più occasionale, si apre anche un nuovo fronte di partecipazione giovanile e non solo. Probabilmente nel futuro fasce diverse si accosteranno a forme di volontariato differenti. Altro elemento interessante e da tenere in considerazione è il volontariato legato a percorsi di professionalizzazione. Nella scuola di italiano per stranieri o nel doposcuola,

tanto per fare un esempio, ci sono ragazzi italiani che fanno tirocinio, che si sperimentano, che acquisiscono esperienze perché fanno studi in campo educativo. Mi riesce difficile quindi dare una risposta certa a questa domanda perché quello 59 che sembrava un percorso abbastanza segnato - mi riferisco al coinvolgimento dei giovani pensionati - adesso è messo in crisi da fattori esterni, mentre forme inedite di volontariato possono aprire un dialogo coi giovani, dialogo che sembrava un po’ “affaticato”. C’è di più: sta maturando anche un volontariato degli immigrati. Forme che scompaiono, forme che nascono, e nuovi segmenti di popolazione che entrano in gioco. Ne ho avuto esempio a Expo, ma anche nell’ambito della donazione del sangue, o tra le file della Caritas, oppure nelle parrocchie. Si stanno facendo avanti in diversi ambiti. Nel caso degli immigrati una delle possibili leve che spinge a esperienze di questo tipo, potrebbe essere il desiderio di integrazione sociale, la volontà di conquistare cittadinanza dal basso. C’è il desiderio di dimostrarsi persone che fanno qualcosa di utile per la società, che fanno parte della comunità, di una collettività alla quale tengono. Non vanno neppure trascurate infine le motivazioni religiose. Senza contare che, anche fra la popolazione immigrata, esiste il problema della disoccupazione e quindi la necessità di riempire quel tempo libero, di contrastare la frustrazione e il senso di inutilità.

## La sfida del “Volontariato senza divisa”, tra altruismo e divertimento

Giulio Sensi - 20 maggio 2016 - Volontariatoggi.info

ROMA. Il volontariato episodico è il volontariato del futuro: interessa una fetta sempre più ampia di cittadini, non è limitato solo ai grandi eventi ma riguarda temi trasversali, dalla cura dei beni comuni alla gestione delle emergenze. E non è affatto in contrapposizione con il volontariato “tradizionale” organizzato: al contrario rappresenta per le associazioni, se la sapranno cogliere, un’occasione di crescita e aggiornamento, una vera e propria nuova stagione.

È questa la sfida posta dal “volontariato postmoderno”, secondo quanto emerso dalla lettura del report intermedio dell’indagine sui volontari di Expo 2015 presentata oggi a Roma durante il convegno organizzato da CSVnet e Ciessevi Milano nella sede di rappresentanza del Banco Popolare.

Con il Programma Volontari per Expo, CSVnet e Ciessevi Milano, insieme alla rete dei 68 CSV italiani, avevano individuato e formato i 5.500 cittadini (su 9.900 candidati) che da maggio a ottobre del 2015 hanno svolto un servizio di volontariato durante Expo Milano. Durante e al termine di questa esperienza, avevano inoltre commissionato una ricerca quantitativa e qualitativa su di essi a un’équipe del Seminario permanente di studi sul volontariato, e delle università di Verona e Statale di Milano.

“Expo è solo la punta dell’iceberg – ha detto il presidente di Ciessevi Milano Ivan Nissoli apprendo i lavori – un’esperienza che ci ha messo in contatto con tante persone che hanno avuto la voglia di mettersi a disposizione degli altri. Grazie alla ricerca che in modo inedito ha fatto collaborare diversi atenei per la realizzazione di uno studio sul volontariato, abbiamo capito i contorni di questa forma di volontariato, episodico, legato soprattutto agli eventi, che si sta affermando sempre di più”.

### Un trampolino di lancio

I risultati della parte quantitativa della ricerca sono stati illustrati da Anna Maria Meneghini, docente di Psicologia di comunità all’università di Verona. La maggior parte dei volontari di Expo era sotto i 30 anni (età media 27,5) e quasi un terzo sotto i 20. Alto il livello di istruzione: il 54% era diplomato e il

37,5 laureato o con titolo post laurea. Più di 4 su 10 (43%) avevano saputo di questa opportunità attraverso internet, il 14,6% dalla stampa o dalla radio, gli altri dal passaparola di amici, parenti, colleghi ecc.

Il 41% erano “new entry”, cioè alla prima esperienza di volontariato; il 59% era composto invece da “experienced”, ovvero avevano già svolto attività volontaria, quasi sempre in maniera continuativa. L’85% del totale era comunque alla sua prima volta ad un servizio in un grande evento simile (es.: Olimpiadi, Anno santo ecc.), mentre il 45% non aveva mai prestato un servizio nella forma definita “continuativa”.

La ragione più importante della scelta di fare volontariato a Expo era legata ad aspetti personali e culturali: nell’ordine, conoscenza, valori, accrescimento, carriera. Altre riguardavano la partecipazione attiva all’evento e motivazioni sociali/comunitarie (“Mi dà l’occasione di contribuire a qualcosa di utile per la collettività”).

Comunque, il 98% dei 5.500 giovani avrebbe consigliato l’esperienza di Milano ad amici e parenti; e la stragrande maggioranza, oltre il 96,5%, era disposta a svolgere un’attività di volontariato anche in futuro, soprattutto in forma episodica (64%).

In particolare, è emerso che è più probabile che siano i volontari “Experienced” a voler continuare in futuro un’attività di volontariato rispetto ai “New entry”; e che è più probabile che siano questi ultimi a voler proseguire in una “forma episodica”, pur non escludendo affatto forme continuative. Più nel dettaglio, per realizzare la loro intenzione futura di fare ancora volontariato, i “New entry” consulteranno prevalentemente i siti internet delle associazioni per “aspettare l’occasione giusta”; mentre i volontari “Experienced” restano più propensi a informarsi presso le associazioni, i CSV o altri canali.

L’esperienza di Expo, ha concluso Meneghini, si è caratterizzata tra l’altro per tre aspetti: “Ha attirato sia volontari con esperienza, sia potenziali, in particolare giovani; ha dimostrato che il volontariato episodico si accosta e non esclude quello tradizionale; anzi può costituire il trampolino di lancio verso di esso”.

### Allegro e divertente

“Un’esperienza bella, travolgente”. È una delle frasi riportate da Antonella

Morgan, ricercatrice dell'università di Verona, nel descrivere la parte qualitativa della ricerca, basata su interviste approfondite a 31 volontari. Una parte in cui viene espresso in parole l'alto tasso di gratificazione vissuto dai volontari di Expo, molti dei quali "hanno anche superato un iniziale scetticismo".

Riguardo l'orientamento futuro, Morgan ha sottolineato come per i "New entry" l'atteggiamento sia "flessibile, si potrebbe dire situazionale". Infine ha illustrato una tabella in cui venivano tracciate le differenze tra il volontariato tradizionale e quello episodico dal punto di vista degli intervistati, nella quale il primo veniva sintetizzato nelle parole "impegno e costanza", il secondo in "allegro e divertente".

### **Rompere il diaframma**

È toccato a Maurizio Ambrosini, docente di Sociologia l'Università degli Studi di Milano, esporre le riflessioni conclusive di quanto finora emerso dalla ricerca. "E' vero che queste nuove forme di volontariato – ha sottolineato – esaltano la dimensione soggettiva dei volontari, ma il soggettivismo non è per forza una cosa negativa: in questo caso è aperto all'impegno e all'altruismo. Questi volontari cercano essenzialmente un'esperienza arricchente, ma leggera: sono 'volontari senza divisa', sempre meno legati a sigle o organizzazioni specifiche, e sempre più attratti dall'idea di impegnarsi insieme agli altri e di vivere il volontariato come occasione di scambio e di incontro, e di crescita individuale. In loro si rileva un mix di desiderio di protagonismo e di senso civico, e una insoddisfazione di fondo delle forme di volontariato esistenti; per questo si va sempre più verso una partecipazione diretta, cioè non mediata dalle organizzazioni".

La diffusione di questa partecipazione occasionale, ha sottolineato il sociologo, "potrebbe però contribuire finalmente a rompere il diaframma da sempre esistente tra le minoranze super impegnate e le maggioranze amorfe. Il compito delle organizzazioni strutturate resterà fondamentale nell'intercettare le nuove forme di volontariato episodico. Le associazioni rappresentano bisogni e soggetti deboli, partecipano al dibattito pubblico, hanno un riconoscimento pubblico, forniscono formazione e cultura. Possono quindi essere un ponte capace di unire quelle minoranze già sensibili alla partecipazione alla grande massa che non ha finora trovato motivo di impegnarsi".

"In particolare", ha aggiunto, "possono aiutare la transizione dalla spontaneità all'organizzazione, affiancarsi alla mobilitazione intermittente (ad esempio per i grandi eventi), avvalersi dello sviluppo di un associazionismo specializzato. E in questo quadro si configura anche un ruolo inedito per i CSV".

### **La carriera non conta**

Nella tavola rotonda successiva, Marcello Mariuzzo, vicepresidente di Lunaria, ha sottolineato come le conclusioni del report intermedio della ricerca illustrata nel convegno coincidessero in larga parte con quelle emerse da un'indagine, realizzata in collaborazione con CSVnet, su oltre 2.300 giovani che negli anni hanno partecipato ai campi di lavoro internazionali organizzati dall'associazione.

Mentre per i volontari degli anni 70 e 80 quell'esperienza era un'aggiunta a un impegno di volontariato già molto forte, negli ultimi anni spesso è l'unica svolta e i loro protagonisti non dichiarano particolari identità politiche e ideali. "Anche nella nostra ricerca – ha affermato inoltre Mariuzzo – l'aspetto della carriera non è rilevante, tanto che solo il 30% ritiene importante il certificato che attesta le competenze acquisite nel servizio".

Mariuzzo si è infine soffermato sulla difficoltà di "agganciare" i volontari in una chiave di continuità della loro esperienza, ma ha evidenziato come sia invece confortante il numero di giovani che sono diventati "attivisti", cioè diffusori nel loro ambiente della positività dell'esperienza in un campo internazionale di volontariato.

### **Un bisogno primordiale**

"Fare volontariato a Baobab per molti è stato come soddisfare un bisogno primordiale". Lo ha detto Loredana Spedicato, volontaria di Baobab Experience, l'associazione nata sull'onda dell'impegno di numerosi cittadini di ogni età per fronteggiare l'emergenza dei rifugiato in transito e bloccati per molto tempo a Roma nel 2015 in seguito alla temporanea sospensione degli accordi di Schengen. "All'inizio c'è stata molta improvvisazione – ha raccontato Spedicato – Ma l'abbiamo man mano superata acquisendo la consapevolezza che anche il volontariato fluido non può prescindere dalla competenza: abbiamo quindi creato una rete di formazione con l'aiuto di varie associazioni e ong, che ci hanno assistito nei vari aspetti. Inoltre molti di noi sono diventati 'hub' di una rete, a seconda della loro specializzazione o ambiente di provenienza".

“Ci siamo man mano strutturati, quasi contro il volere dei volontari – ha proseguito Spedicato – e lo abbiamo fatto, tenendo sempre come prioritario l’interesse dei migranti, perché dovevamo essere riconosciuti dalle istituzioni, salvaguardando però quella diversificazione di esperienze e collaborazioni che è sempre stata la nostra caratteristica. Purtroppo, nonostante siamo diventati un’associazione riconosciuta, non abbiamo ancora una sede e molto del nostro ‘volontariato fluido’ si trova spesso in burn-out perché deve fronteggiare continuamente nuovi problemi. Per fortuna riusciamo ancora a mobilitare molte persone grazie a varie iniziative, tra cui l’uso del nostro profilo Facebook”.

### **Siamo solo cittadini**

Simone Vellucci è il presidente di Retake Roma, uno dei gruppi di piccoli comitati di quartiere (70 solo nella capitale) diffusi ormai in varie città italiane, tra cui Milano, che hanno lo scopo di ripulire strade e piazze dalla sporcizia e dal vandalismo. Un’esperienza molto nota e seguita dai media, in particolare, per quanto riguarda Roma, da quelli internazionali. Vellucci ha insistito sulla strategia di coinvolgimento diretto dei cittadini riferendosi proprio al “diaframma” descritto da Ambrosini: “Facciamo fatica – ha detto – a far capire che noi siamo solo cittadini, che tutto avviene spontaneamente e che non c’è un ‘grande fratello’ dietro di noi. Per questo quando riceviamo sul nostro profilo Facebook commenti come “bravi”, “complimenti”, reagiamo rispondendo: “guarda che tu sei come noi, potresti impegnarti come noi”.

“Noi intercettiamo soprattutto persone che non hanno mai fatto volontariato in vita loro – ha proseguito – Ma siamo sempre attenti a sottolineare che noi siamo un’organizzazione one issue, cioè finalizzata ad una sola istanza, e che non ci si deve aspettare da noi ciò che la politica non è riuscita a fare. Nei confronti della pubblica amministrazione – ha concluso – abbiamo sempre detto che noi possiamo essere ‘il suo peggior incubo o la sua migliore opportunità’. Ma spetta ad essa dimostrare di essere concretamente sensibile all’istanza su cui noi interveniamo con la nostra azione civica”.

### **La pianta del volontariato è viva**

L’incontro è stato concluso da Stefano Tabò, presidente di CSVnet. Dopo aver rivendicato la “scelta scomoda di gestire i volontari di Expo in un periodo in cui si parlava solo di scandali”, ha affermato come “oggi ci sia ancora di più c’è bisogno di rischiare per far evolvere le nostre organizzazioni, adottando

strumenti e alleanze inedite”.

Secondo Tabò, “la pianta del volontariato è viva: ha linfa – il dinamismo ; ha radici – ovvero una cultura e un’identità che vengono da lontano; e ha nuove gemme – le forme innovative di cui stiamo parlando”.

“Ma – ha messo in guardia – queste sono forme che non si possono trattenere, né circoscrivere, ne predeterminare. Il volontariato è prima di tutto libertà, ovviamente associata alla responsabilità: e noi dobbiamo valutare con molta attenzione i rischi di depistare, ostacolare o perfino strumentalizzare questa nuova stagione del volontariato.

È in questo che la nostra responsabilità è molto alta”.

Tabò ha collegato questi concetti alla riforma del terzo settore, la cui approvazione definitiva è prevista per la prossima settimana e che comporterà per i CSV il compito di promuovere tutte le forme di volontariato esistenti nel vasto mondo del terzo settore. “Spero – ha detto in proposito Tabò – che la riforma spazzi via i fardelli di stampo medievale che hanno appesantito l’operato dei Centri di servizio per il volontariato in questi anni e che dia loro più fiducia”.

“Grazie a questo rapporto – ha concluso – conosciamo meglio i volontari di domani e siamo in grado di coltivare queste nuove esperienze. Sappiamo che si tratta di persone attente anche al volontariato tradizionale. Dobbiamo pensare di più al diritto di tutti i cittadini di fare volontariato, e aggiornare le statistiche guardando non solo quelli che lo praticano, ma anche chi non lo fa”.

## Il volontariato si fa «liquido» e ritrova energie

Elio Silva - 02 Novembre 2015 - Il Sole 24 Ore

«Nomen omen», scriveva il commediografo Plauto nel secondo secolo a.C., convinto che ci sia corrispondenza tra nome e destino, significante e significato. La cultura latina ci credeva seriamente e anche oggi, fatte le debite proporzioni, l'affermazione può offrire validi spunti di analisi.

Quando si dice volontariato, per esempio, si fa riferimento a un'attività esercitata liberamente e gratuitamente da persone che si presuppone scelgano in maniera convinta di dedicare del tempo a una buona causa. Il problema, però, è che il volontariato di oggi non è più quello di una volta: è più globale, perché i movimenti di uomini e idee hanno ormai come orizzonte il mondo intero; è più tecnologico, perché largamente influenzato dalla Rete e dai suoi strumenti di condivisione; è soprattutto più discontinuo, perché cambiano le aspettative, la disponibilità di tempo e le sfide personali con cui i singoli volontari si mettono in gioco. Di conseguenza, se da un lato resiste l'assonanza tra il volontario e il volentieri, dall'altro non è più certo come un tempo che l'affinità persista a lungo.

Questo mutato atteggiamento esprime una positiva voglia di protagonismo e rappresenta un bacino di energie che possono solo arricchire, sia quantitativamente che qualitativamente, le dimensioni del fenomeno. È innegabile, però, che molte organizzazioni, soprattutto dell'associazionismo più tradizionale, possano essere frastornate dal trend emergente e, non riuscendo a intercettarlo, finiscano con il trovarsi in difficoltà. Fortunatamente, tra le esperienze di “nuovo volontariato” ci sono già delle best practices che possono aiutare a costruire solide relazioni, da innestare con l'innovazione ma da consolidare, poi, all'interno degli schemi classici del Terzo settore.

Un caso da manuale è, per esempio, “Volontari per un giorno”, la campagna nata nell'autunno del 2012 a Milano per iniziativa di Ciessevi, Sodalitas, Comune e delle società di consulenza Kpmg e Un-Guru, che in tre anni ha “reclutato” oltre 12mila persone e che rappresenta a oggi l'unica iniziativa di promozione del volontariato che riunisce sfera pubblica, imprese private e organizzazioni non profit. Il punto di forza della campagna è che permette a chi voglia impegnarsi in un'attività di volontariato di scegliere online il progetto, l'associazione, il giorno e l'ora in cui dedicarsi a questo impegno. Per chi lo desidera, inoltre, è possibile mettere a disposizione le proprie competenze, che vanno ad aggiungersi al valore del tempo donato. L'iniziativa, alle soglie del quarto anno, è passata dalla dimensione provinciale milanese a quella nazionale. Da Alessandria a Salerno, da Venezia a La Spezia, e anche da piccoli

centri come Afragola (Napoli) o Casalecchio (Bologna), sono già online le richieste di nuovi volontari da parte delle associazioni.

Il fenomeno viene spiegato così da Antonella Tagliabue, managing director di Un-Guru e promotrice della campagna: «Nel volontariato di oggi si assiste ormai a una sorta di divaricazione. Da un lato, aumentano le diverse forme di volontariato breve; dall'altro, cresce anche la partecipazione di lungo periodo. L'esempio più tipico è quello che, traducendo un neologismo, si può identificare come “volonturismo”, e che prevede di dedicare la propria vacanza a un progetto con finalità sociali o ambientali. La flessibilità e la capacità di cogliere queste forme di sensibilità rappresentano un'opportunità senza precedenti per coinvolgere molte nuove persone. Ed è quello che la campagna di Volontari per un giorno si propone di fare».

Le organizzazioni non profit apprezzano. «Dopo tre anni di collaborazione – conferma Domenica Mazza, referente della raccolta fondi di Mani Tese – possiamo dire che “Volontari per un giorno” è un portale aggiornato e facile da gestire. Un esempio di vera innovazione nel volontariato». E Nadia Pellacani, responsabile delle attività territoriali del Touring Club Italiano, ricorda che «anche chi non può garantire un impegno continuativo e prolungato può vivere un'esperienza di volontariato culturale con il Touring, grazie all'iniziativa “Aperti per voi”, che vede la collaborazione di oltre 800 volontari a Milano per l'apertura di luoghi d'arte e di cultura che altrimenti sarebbero chiusi».

Da segnalare anche il contributo delle imprese: sono già cento quelle che, dal 2012, hanno partecipato, contribuendo con i propri dipendenti e con le rispettive competenze al bilancio complessivo di 1.025 progetti, realizzati in oltre 400 associazioni nazionali o territoriali.

Insomma, il volontariato tecnologico e “liquido” dei nostri giorni si ricarica e fa il pieno di energie.

## Il volontariato “postmoderno” non è poi così male

*Antonietta Nembri - 19 maggio 2016 - VITA*

A un anno di distanza che ne è stato degli Expo volunteers? Quale futuro nel mondo del volontariato si prospetta per i tanti giovani che si sono messi in gioco nei mesi dell'esposizione universale di Milano? E proprio per non disperdere il patrimonio di vissuti e stimoli di chi ha vissuto questa esperienza Csvnet e Ciessevi Milano hanno incaricato un'équipe (docenti e ricercatori del seminario permanente di Studi sul Volontariato dell'Università degli Studi di Milano) di condurre una ricerca (i dati preliminari erano stati presentati a fine ottobre scorso) che propone ora il report intermedio e che configura sempre più chiaramente l'immagine di un “volontariato post-moderno”.

Stiamo parlando di una nuova forma di impegno episodico, legato ai grandi eventi che emerge con chiarezza dai dati del report. A rispondere alla ricerca quantitativa quasi la metà dei volontari di Expo (2.376 pari al 48%). La maggioranza è donna (66%) con un'età media inferiore o pari a 30 anni.

Mettendo a fuoco la fotografia che emerge si può dire che l'85% di chi ha partecipato alla ricerca è nato in Italia (6% in Europa e il 9% in una nazione extraeuropea), la maggioranza risiede nel Nord Italia (72%), seguito da Sud (12,8%), Centro (8,8%) e nelle Isole (5,8%). Il livello di istruzione è medio-alto, diplomati e laureati rappresentano il 91,5%.

Particolarmente interessante anche il modo con il quale sono arrivati a Expo: il 43% ha saputo dell'opportunità di diventare volontario attraverso Internet e la ragione che ha spinto i volontari a proporsi per Expo 2015 è legata soprattutto ad aspetti personali e culturali «Fare volontariato in Expo fa crescere le mie conoscenze e la mia esperienza».

I dati più interessanti arrivano dall'analisi dell'identikit dei volontari divisi in due categorie “experienced”, cioè quelli che avevano già svolto un'attività di volontariato il 59% del campione e i cosiddetti “volontari new entry” il 41%. La stragrande maggioranza, 85,5% del totale ha dichiarato che Expo è stata la prima volta di un'esperienza legata a un evento. Per praticamente tutti i volontari (98%) l'esperienza fatta è stata positiva e da consigliare ad amici e parenti.

Se la stragrande maggioranza dichiara di avere intenzione di fare ancora attività come volontario (95,5%) e lo vuol fare soprattutto nella forma “episodica” (64%). Ed è questo un primo dato interessante da tenere presente e che dimostra un cambiamento di pelle dei volontari. Da osservare anche che per le future attività di volontariato i “new entry” consulteranno i siti internet mentre gli “experienced” è più facile cerchino informazioni direttamente tra le

associazioni o ai centri di servizio per il volontariato.

I dati sono stati presentati oggi a Roma in un incontro promosso da Csvnet e Ciessevi e al centro dell'attenzione c'è stato proprio questo “volontariato post moderno” che viene vissuto come una sfida, perché se il volontariato per così dire moderno era mediato dalle associazioni quello che emerge dalla fotografia dei volontari Expo prescinde dalla mediazione delle strutture associative, privilegia gli aspetti della flessibilità e della scelta personale, spessa riferita a singoli eventi. È un volontariato – si legge nel report – «poco incline a dedicare energie alle incombenze e alle dinamiche associative, ma sospinto dal desiderio che ogni ora spesa sia effettivamente rivolta a obiettivi di servizio verso la collettività». Ma si può anche notare – continua il report – «che forme di volontariato situazionali, a basso coinvolgimento organizzativo possono rappresentare la porta d'ingresso verso forme di volontariato più complesse e strutturate» e questo per sottolineare come non abbia senso contrapporre un volontariato informale e occasionale a uno stabilmente organizzato dal momento che uno può evolvere nell'altro. Insomma, un volontariato “liquido” che guarda con interesse all'impegno sociale, anche se in modo diverso dal passato.

## La fotografia volontari della porta accanto e gratuità a breve termine è il mutualismo del duemila

Elisabetta Bianchetti – Vdossier – Settembre 2015

Volontariato: il suo contributo specifico, quale che sia il campo di attività, risiede nel coniugare la tutela dei diritti con la cura dei legami collettivi e la rigenerazione del capitale sociale entro un orizzonte condiviso di cittadinanza partecipata dal basso. Le mansioni di advocacy in capo al volontariato possono assumere una varietà di forme: dalle campagne di sensibilizzazione alla raccolta di fondi, fino alla lobbying, dalle azioni di protesta ad altre forme di mobilitazione pubblica. Secondo il sociologo e presidente di Fondaca, Giovanni Moro, ciò che accomuna queste varie forme di volontariato è l'orientamento a esercitare un'influenza sui «sistemi e le istituzioni, economiche e sociali, con riferimento alle politiche pubbliche e all'allocazione di risorse che riguardano direttamente la vita delle persone». Al tempo stesso, servizio e advocacy rimandano ad attività prevalenti, ma certo non mutuamente esclusive. La partecipazione pro-sociale, come già rilevato da Iref nel rapporto del 2002 e da Renato Frisanco, ha subito un orientamento verso un volontariato praticato su base individuale piuttosto che nell'ambito delle organizzazioni. Non a caso, nel ripercorrere la tracciabilità delle forme e dei modi di partecipazione degli italiani negli ultimi venti anni si rivela una fase nuova, quella del «volontariato personale», ovvero dell'impegno praticato su base individuale o nei luoghi della vita quotidiana. E, quindi, «dell'associazionismo sussidiario che affianca le persone come opportunità e strumento di impegno civico, accanto ad altri canali, ad altri luoghi. Un volontariato che si realizza all'ombra, o a fianco, di quello più organizzato, ampiamente riconosciuto e istituzionalizzato». È un fenomeno che si traduce in donazioni di tempo e di denaro, nei gruppi informali, senza troppi condizionamenti e troppi limiti, in uno stile di vita sobrio, nel consumo critico e responsabile, nella sensibilità verso l'offerta del mercato equo e solidale, nel turismo responsabile, nell'impegno sui grandi temi della pace e dello sviluppo sostenibile. È un volontariato, stando alla descrizione del sociologo Ilvo Diamanti, legato al contesto circoscritto di vita del soggetto (il volontario della «porta accanto», della parrocchia, del quartiere), «come forma di azione più che di organizzazione. Come forma di espressione più che di appartenenza [...]», un anello che lega la duplice dimensione: dell'impegno civico e dell'autorealizzazione». Un volontariato speso per sé e con gli altri. Un volontariato limitato in termini di tempo e che si svolge parallelamente al diffondersi di stili e di pratiche segnate da altruismo e responsabilità. Ed è talvolta associato ad un alto grado di impegno militante che non viene diluito

nel frammento solidale. Come cambia l'arruolamento nel volontariato Il tempo corre veloce e il volontariato anche. Così come cambiano ruoli di genere, natura delle famiglie, modelli di matrimonio, schieramenti politici, cambia anche il modo di dedicare il proprio tempo agli altri o alla comunità. Come le altre istituzioni sociali anche il volontariato è influenzato da quegli stessi cambiamenti culturali.<sup>71</sup> La fotografia Dopotutto il lavoro di oggi è diverso da quello di trent'anni fa (anni '80-'90). Adesso c'è il part-time, il flex-time, il job-share, l'intermittente, il telelavoro, lo stagionale, solo per citarne alcuni. E coloro che sperimentano flessibilità sul posto di lavoro si aspettano flessibilità anche nel loro coinvolgimento sociale. Ma come la crisi economica di questi anni ha mutato la «chiamata» al volontariato? Per il sociologo Tommaso Vitale, «noi possiamo delineare due traiettorie di tendenza. La prima, è un germe positivo verso il mondo del mutualismo che si sta sviluppando e che è molto differente rispetto alla stagione altruistica degli anni Ottanta e Novanta. Quello odierno, infatti, è un mutualismo, nelle forme, più vicino a quello di inizio Novecento ed è rilevante perché sposa due caratteristiche: una è la socialità, l'altra la messa in comune del proprio bisogno. Una messa in comune che muove da un interesse personale e diventa una leva di mutualismo, quindi di solidarietà aperta. Un esempio sono i Gas (Gruppi di acquisto solidale) che si costituiscono per comprare beni e servizi, diminuendo di conseguenza il costo dei consumi. La seconda tendenza è di progressiva dismissione delle attenzioni del volontariato nei confronti degli ultimi, delle persone più svantaggiate, dei poveri e dei bisognosi. Le attenzioni del volontariato si calamitano invece verso figure che sono considerate più meritevoli di aiuto, come malati, anziani o persone sole. Così come si assiste a una piccola riduzione dell'impegno altruistico nei confronti delle situazioni di disagio estremo». La tendenza presente e futura è quindi quella di un volontariato a breve termine, come sottolinea l'americana Nancy Macduff, consulente e studiosa di management del non profit: «Le crescenti esigenze di tempo delle persone significano meno tempo per praticare il volontariato. C'è, inoltre, una convinzione generale per cui gli individui sono alla ricerca di una maggiore libertà di associazione con facili opzioni di entrata e uscita. Spesso, infatti, la risposta più frequente alla richiesta di impegno, è quella relativa alla mancanza di tempo. Ma queste risposte riflettono davvero i motivi delle persone, o sono semplicemente un modo conveniente, o diplomatico, per spiegare la mancanza di volontà nel mantenere un impegno continuativo?». Dunque è la maggiore offerta di opportunità di volontariato di corto<sup>72</sup> settembre 2015 settembre 2015 periodo una causa, oppure una risposta, alle mutevoli preferenze dei volontari? È quello che si sono chiesti Mike Niederpruem e Paul Salipante della Case

Western Reserve University di Cleveland (Stati Uniti) in un recente studio sulle tendenze di volontariato a breve termine. Un dossier da cui emerge che il volontariato si caratterizza come una forma di “azione sociale” guidata dai significati che i volontari assegnano alle rispettive esperienze. «Un processo dinamico e continuo in cui creiamo e manteniamo la nostra realtà collettiva attraverso le interazioni sociali con gli altri, applicando ed interpretando i significati soggettivi delle nostre esperienze comuni. Ma, oltre alla costruzione sociale, dobbiamo anche prendere in considerazione lo sviluppo sociale, l'apprendimento sociale, la teoria dell'identità sociale e il concetto di comunità di pratiche, nel tentativo di interpretare i nostri risultati e migliorare la nostra comprensione delle esperienze di volontariato nelle associazioni». Dopotutto gli individui differenziano i loro ruoli nel volontariato in base alla loro identità sociale. Questa appartenenza guida le credenze di un individuo e soprattutto i suoi comportamenti, specie quando interagisce con gli altri nello stesso gruppo sociale. Non a caso la teoria dell'identità sociale dimostra che i singoli volontari ad alto contenuto organizzativo sono più impegnati, dimostrano comportamenti più prosociali e anche una maggiore soddisfazione organizzativa, senza differenze significative rispetto all'età o al genere. Un'altra spiegazione sull'aumento delle attività di volontariato a breve termine è che il vissuto esperienziale è diventato meno significativo per il volontario, e ciò deriva in parte anche dalle pratiche che producono una maggiore individualizzazione nella nostra società. Per i sociologi Lesley Hustinx e Frans Lammertyn, il volontariato è mutato in seguito ai grandi cambiamenti avvenuti nella società: «Forti legami sociali, quali associazioni religiose e civili, hanno sostenuto e promosso una forma di volontariato che non esiste più, perché non c'è più l'accento sulla tendenza verso l'azione collettiva». Inoltre suggeriscono che il mutamento della società porta a un volontariato individualizzato piuttosto che collettivo. «Al giorno d'oggi, la volontà di partecipare al volontariato dipende sempre più da interessi personali che da esigenze etiche, o dal senso del dovere verso la propria <sup>73</sup> La fotografia comunità. Motivati da una ricerca di auto-realizzazione, i volontari chiedono grande libertà di scelta e assegnazioni limitate con risultati tangibili. E le attività di volontariato devono essere spettacolari e divertenti per mantenere i volontari coinvolti. Questo volontariato non partecipa per il gusto di appartenere a organizzazioni, ma è più pragmaticamente focalizzato sui servizi offerti o le attività intraprese». Fare del bene quando i tempi sono difficili Lo studio “Doing Good When Times Are Bad: Volunteering Behaviour in Economic Hard Times” ha analizzato se c'è un aumento o una diminuzione dell'impegno civile nei periodi di crisi. In particolare, se le persone sono più o meno disposte a donare volontariamente

il loro tempo e le loro energie per aiutare gli altri in tempi economicamente difficili. La ricerca, svolta nel Regno Unito, ha esaminato il periodo pre e post recessione per verificare come la crisi ha influenzato il tessuto sociale della comunità e come ha colpito sia il volontariato formale sia quello informale. In Inghilterra e Galles subito dopo la crisi si è osservato un calo sia del volontariato organizzato e in misura maggiore di quello non organizzato. D'altra parte, la domanda di aiuto informale può declinare in tempi duri, così come le persone possono essere riluttanti a chiedere ad amici e vicini di casa dei favori, comprendendo che ognuno sta vivendo un periodo difficile. Le associazioni civiche invece hanno mantenuto i loro standard, nonostante abbiano registrato molte difficoltà nel garantire i propri servizi in seguito a un considerevole aumento di richieste di aiuto. Sotto una maggiore pressione su come spendere risorse limitate, le persone possono essere più propense a mantenere il loro impegno al volontariato formale, mentre diminuisce il loro coinvolgimento in attività non organizzate. Gli individui che partecipano informalmente hanno meno risorse e competenze organizzative rispetto ai volontari formali e, quindi, più probabilità di ritirarsi dal volontariato a favore delle loro famiglie. La relativa stabilità del volontariato organizzato invece sottolinea l'importanza delle associazioni come pilastro di una comunità stabile. I comportamenti spontanei e casuali da buon Samaritano possono rafforzare il tessuto sociale e arricchiscono la vita civile della co- <sup>74</sup> settembre 2015 settembre 2015 munità, ma possono scarseggiare quando e dove sono più necessari. Invece è “l'altruismo istituzionalizzato”, coordinato da associazioni civiche in grado di fornire servizi più affidabili, a supportare la comunità, soprattutto a fronte di una congiuntura economica problematica. Questo non è certamente una novità. I sociologi, da tempo, sottolineano il ruolo delle associazioni di volontariato come una fonte di capacità collettiva delle comunità locali. Una prospettiva che fa luce sul motivo per cui le attività di volontariato possono diminuire in una fase di recessione, in particolare nelle comunità svantaggiate contraddistinte da una fiducia sociale molto più bassa rispetto ad altre. Le attività di volontariato sono fondamentalmente azioni sociali che coinvolgono più persone. E il volontariato tende a essere più comune e stabile nelle comunità contraddistinte da una forte cultura di fiducia e di impegno civico e con una fitta rete di associazioni in grado di fornire molte opportunità di coinvolgimento. Le comunità più svantaggiate invece incontrano maggiori ostacoli nel sostenere i loro livelli (già bassi) di attività in tempi di crisi, soprattutto quando le risorse esterne sono scarse e le persone tendono a concentrarsi sulle proprie difficoltà piuttosto che offrire, o cercare aiuto, nel volontariato. Per dare una mano agli altri è necessario più di un buon cuore. Le persone sono più propense ad aiutare gli

altri quando c'è una forte cultura di fiducia e reciprocità, e anche quando ricevono richieste personali. Quando le persone sentono che non possono contare sugli altri per un aiuto, essi stessi diventano riluttanti a chiederlo. La conclusione dello studio britannico dunque suggerisce che la chiave per una società civile vivace e duratura può risiedere nel coltivare dense reti di organizzazioni civiche, un compito che può rivelarsi non facile da raggiungere, soprattutto nel breve periodo. Tutti hanno bisogno di buoni vicini Grazie alla recessione, siamo più disincantati rispetto al concetto di felicità legato alla ricchezza e stiamo riscoprendo le gioie del vicinato vecchio stile. «L'uomo potrebbe essere un animale sociale, invece è sempre alla ricerca di come rendere il mondo un luogo sempre più ineguale e meno felice», si legge nello studio a livello europeo dei professori Andrew Clark e Claudia Senik della Paris School of Econo- 75 La fotografia mics. Collezionare trionfi come fosse l'unico vero obiettivo che conta appartiene ormai al secolo scorso. Secondo un articolo pubblicato sul quotidiano “The Daily Telegraph”, «grazie alla recessione stiamo riscoprendo le gioie della vicinato vecchio stile e la weconomy, cioè lo scambio di libri, ricette, articoli per la casa. Tutto rigorosamente gratis». Un esempio è la piattaforma online Freecycle, fondata a Tucson, in Arizona (Usa), e poi diffusasi in tutto mondo. La premessa è semplice: se avete un qualsiasi tipo di merce che volete gettare via registrate un annuncio sul sito web ([www.freecycle.org](http://www.freecycle.org)). Poi chi sarà interessato la potrà ritirare da voi senza nulla in cambio. In base a queste dinamiche il fenomeno si è diffuso, soprattutto tra persone che vivono nello stesso territorio dando vita a nuove relazioni. La weconomy non si fonda solo sui bisogni personali ma anche su quelli della comunità. E un pioniere di questa nuova tendenza è Richard Reynolds, impiegato di giorno e giardiniere di notte. Dopo essersi trasferito a Londra dalla campagna del Devon è rimasto costernato alla vista delle aiuole trascurate del suo quartiere. Così si è rivolto ai “guerrilla gardener” piantando fiori e semi ovunque ce n’era bisogno e ha creato il sito [www.guerrillagardening.org](http://www.guerrillagardening.org) esortando anche gli altri londinesi a «combattere la sporcizia con forche e fiori». Qualcosa di simile accade anche agli estremi del ciclo economico: o le persone hanno la possibilità economica per avere proprietà con giardini, oppure hanno del tempo libero per prendersi cura dei beni comuni. «Ora conosco la maggior parte dei miei vicini - afferma Richard - e ho persino incontrato la mia ragazza». Chi non ha il talento di coltivare la natura può rivolgersi a Yarnbombing che punta a «migliorare il paesaggio urbano un poco alla volta con i lavori a maglia». Questa idea è iniziata in Canada nel 2005, dove gli appassionati “tricottatori” coprono alberi, lampioni e panchine con creazioni di lana colorate (i migliori risultati sono pubblicati su [www.yarnbombing.com](http://www.yarnbombing.com)). Sia che sia una maglia

per un albero, sia lasciare un libro su una panchina per un passante (vedi [www.bookcrossing.com](http://www.bookcrossing.com)) che curare le aiuole del quartiere o cuocere una torta per il vostro vicino di casa in cambio di fiori, non c'è dubbio: avere meno soldi può farci sentire più ricchi e intraprendenti. Ma per saperne di più sulla weconomy c'è il blog in lingua italiana [www.weconomy.it](http://www.weconomy.it).

# L'IMPEGNO ORGANIZZATO NEL NOSTRO PAESE



## Struttura e profili del settore non profit

Anno 2017 – ISTAT – Censimento permanente istituzioni non profit

### Aumenta il peso del settore non profit

Nel 2017, le istituzioni non profit attive in Italia sono 350.492 - il 2,1% in più rispetto al 2016 - e impiegano 844.775 dipendenti (+3,9%) (Prospetto 1).

PROSPETTO 1.

ISTITUZIONI NON PROFIT E DIPENDENTI

Anni 2001, 2011, 2015, 2016 e 2017, valori assoluti e rapporti di incidenza sulle imprese

	2001	2011	2015	2016	2017
Numero di Istituzioni non profit	235.232	301.191	336.275	343.432	350.492

### Le istituzioni crescono più al Sud, i dipendenti al Centro e nel Nord-Est

Rispetto al 2016, la crescita del numero di istituzioni risulta più sostenuta al Sud (+3,1%), nel Nord-Ovest (+2,4%) e al Centro (+2,3%). Le regioni più dinamiche sono Campania (+7,2%), Molise (+6,6%), Provincia autonoma di Bolzano (+4,2%), Calabria (+3,3%) e Lazio (+3,1%) (Prospetto 2).

**PROSPETTO 2. ISTITUZIONI NON PROFIT E DIPENDENTI PER REGIONE/PROVINCIA AUTONOMA E RIPARTIZIONE GEOGRAFICA.**

Anno 2017, valori assoluti, variazioni percentuali e rapporto di incidenza sulla popolazione.

Regioni/Province autonome e Ripartizioni	Istituzioni		
	v.a.	Per 10 mila abitanti	Var. % 2017/2016
Piemonte	29.649	67,8	2,2
Valle d'Aosta / Vallée D'Aoste	1.382	109,5	0,9
Lombardia	56.447	56,2	2,7
Liguria	10.905	70,0	2,2
Nord-Ovest	98.383	61,1	2,4
Bolzano / Bozen	5.588	105,9	4,2
Trento	6.265	116,0	1,8
Trentino-Alto Adige / Südtirol	11.853	111,0	2,9
Veneto	30.597	62,4	1,2
Friuli Venezia Giulia	10.722	88,2	2,2
Emilia-Romagna	27.342	61,4	0,7
Nord-Est	80.514	69,2	1,4
Toscana	27.534	73,7	2,5
Umbria	6.875	77,7	1,9
Marche	11.449	74,7	0,1
Lazio	32.236	54,7	3,1
Centro	78.094	64,8	2,3
Abruzzo	8.043	61,2	2,4
Molise	2.061	66,8	6,6
Campania	20.979	36,0	7,2
Puglia	17.147	42,4	-1,2
Basilicata	3.669	64,7	1,2
Calabria	9.370	47,9	3,3
Sud	61.269	43,7	3,1
Sicilia	21.886	43,5	2,8
Sardegna	10.346	62,8	-5,6
Isole	32.232	48,3	-0,1
<b>ITALIA</b>	<b>350.492</b>	<b>57,9</b>	<b>2,1</b>

Il numero di istituzioni non profit ogni 10 mila abitanti è un indicatore che misura la rilevanza del settore non profit a livello territoriale: se al Centro-nord tale rapporto assume valori superiori a 60 (in particolare al Nord-est, dove raggiunge il livello di 69,2), nelle Isole e al Sud è pari rispettivamente a 48,3 e 43,7.

**Le associazioni sono la tipologia con i maggiori segnali di crescita**

Rispetto al 2016, le istituzioni non profit aumentano per tutte le forme giuridiche, in misura più accentuata per le associazioni (+2,0%) e con l'eccezione delle fondazioni, in lieve diminuzione (-0,9%) (Prospetto 3). L'associazione è la forma giuridica che raccoglie la quota maggiore di istituzioni (85,1%), seguono quelle con altra forma giuridica 4 (8,3%), le cooperative sociali (4,5%) e le fondazioni (2,1%).

I dipendenti aumentano in misura maggiore nelle associazioni (+9,3%) e nelle fondazioni (+3,8%). La distribuzione dei dipendenti per forma giuridica resta piuttosto concentrata, con il 52,2% impiegato dalle cooperative sociali, quota che si attesta al 20,0% e al 12,1% rispettivamente nelle associazioni e nelle fondazioni.

**PROSPETTO 3.**

**ISTITUZIONI NON PROFIT E DIPENDENTI PER FORMA GIURIDICA**  
Anno 2017, valori assoluti, composizioni e variazioni percentuali

Forme giuridiche	Istituzioni		
	v.a.	%	Var. % 2017/2016
Associazione riconosciuta e non riconosciuta	298.149	85,1	2,0
Cooperativa sociale	15.764	4,5	1,1
Fondazione	7.441	2,1	-0,9
Altra forma giuridica	29.138	8,3	3,5
<b>TOTALE</b>	<b>350.492</b>	<b>100,0</b>	<b>2,1</b>

**Circa due istituzioni su tre attive nel settore della cultura, sport e ricreazione**

La struttura delle istituzioni non profit per attività economica risulta sostanzialmente stabile (Prospetto 4), con il settore della cultura, sport e ricreazione che raccoglie quasi due terzi delle unità (64,5%), seguito da quelli

dell'assistenza sociale e protezione civile (9,2%), delle relazioni sindacali e rappresentanza interessi (6,5%), della religione (4,8%), dell'istruzione e ricerca (4,0%) e della sanità (3,5%).

Rispetto al 2016, le istituzioni che presentano un incremento percentuale maggiore sono quelle attive nei settori delle relazioni sindacali e rappresentanza interessi e dell'istruzione e ricerca (+3,7%) e della cooperazione e solidarietà internazionale (+3,5%); al contrario, risultano leggermente in calo i settori dello sviluppo economico e coesione sociale (-1,9%) e dell'ambiente (-1,3%).

#### PROSPETTO 4.

##### ISTITUZIONI NON PROFIT E DIPENDENTI PER SETTORE DI ATTIVITÀ PREVALENTE

Settori di attività prevalente	Istituzioni		
	v.a	%	Var. % 2017/2016
Cultura, sport e ricreazione	225.935	64,5	2,3
Istruzione e ricerca	13.915	4,0	3,7
Sanità	12.235	3,5	1,3
Assistenza sociale e protezione civile	32.245	9,2	0,4
Ambiente	5.352	1,5	-1,3
Sviluppo economico e coesione sociale	6.489	1,9	-1,9
Tutela dei diritti e attività politica	5.279	1,5	0,2
Filantropia e promozione del volontariato	3.634	1,0	0,8
Cooperazione e solidarietà internazionale	4.192	1,2	3,5
Religione	16.826	4,8	2,3
Relazioni sindacali e rappresentanza interessi	22.621	6,5	3,7
Altre attività	1.769	0,5	1,3
<b>TOTALE</b>	<b>350.492</b>	<b>100,0</b>	<b>2,1</b>

L'attività economica prevalente si presenta connessa anche con la forma giuridica assunta da un'istituzione non profit (Prospetto 6). La fattispecie dell'associazione (riconosciuta e non riconosciuta) è largamente la più diffusa nei settori delle relazioni sindacali e rappresentanza di interessi (98,6%), della tutela dei diritti e attività politica (96,6%), dell'ambiente (96,2%), della cultura, sport e ricreazione (95,0%). Le cooperative sociali, coerentemente con le disposizioni della legge istitutiva, sono più presenti nei settori dello sviluppo economico e coesione sociale (che include anche l'inserimento lavorativo) (84,8%), dell'assistenza sociale e protezione civile (22,1%) e della sanità (10,0%).

#### PROSPETTO 6.

##### ISTITUZIONI NON PROFIT PER SETTORE DI ATTIVITÀ PREVALENTE E FORMA GIURIDICA

Anno 2017, valori assoluti

Settori di attività	Associazione riconosciuta e non riconosciuta	Cooperativa sociale	Fondazione	Altra forma giuridica	Totale
Cultura, sport e ricreazione	214.745	390	1.978	8.822	225.935
Istruzione e ricerca	6.806	1.328	2.046	3.735	13.915
Sanità	10.162	1.218	541	314	12.235
Assistenza sociale e protezione civile	22.601	7.117	1.646	881	32.245
Ambiente	5.150	10	91	101	5.352
Sviluppo economico e coesione sociale	723	5.503	62	201	6.489
Tutela dei diritti e attività politica	5.100	3	57	119	5.279
Filantropia e promozione del volontariato	3.273	7	293	61	3.634
Cooperazione e solidarietà internazionale	3.854	23	244	71	4.192
Religione	2.507	0	237	14.082	16.826
Relazioni sindacali e rappresentanza interessi	22.313	0	123	185	22.621
Altre attività	915	165	123	566	1.769
<b>TOTALE</b>	<b>298.149</b>	<b>15.764</b>	<b>7.441</b>	<b>29.138</b>	<b>350.492</b>

La presenza di una fondazione è invece più marcata nei settori dell'istruzione e ricerca (14,7%) e della filantropia e promozione del volontariato (8,1%). Infine, le istituzioni con altra forma giuridica (enti ecclesiastici, comitati, società di mutuo soccorso, società sportive dilettantistiche, ecc.) sono relativamente più presenti nei settori della religione (83,7%), delle altre attività (32,0%) e dell'istruzione e ricerca (26,8%).

Nei settori dello sviluppo economico e coesione sociale (29,9%) e della cultura, sport e ricreazione (27,1%) più di un'istituzione su cinque è stata costituita negli ultimi cinque anni, contrariamente ai settori dell'istruzione e ricerca, della sanità, della filantropia e promozione del volontariato e della religione dove tale quota è inferiore al 15% (Figura 1).

**FIGURA 1.**  
ISTITUZIONI NON PROFIT PER SETTORE DI ATTIVITÀ PREVALENTE E ANNO DI COSTITUZIONE  
Anno 2017, composizione percentuale



## IL VOLONTARIATO A PADOVA: DATI 2019



## IL VOLONTARIATO A PADOVA: DATI 2019

### Distribuzione geografica delle organizzazioni non profit nel territorio di Padova e provincia

Il 2019 segna un momento di svolta nel Terzo Settore, la riforma della legge sul volontariato è in vigore e con tutte le novità introdotte porta con sé anche l'obbligo di revisione degli statuti, condizione necessaria per divenire ETS ed essere ammessi al relativo registro. In molti casi non si tratta di soli adempimenti burocratici (per quanto, anch'essi, siano vissuti con estrema difficoltà), bensì di rivedere le relazioni tra associati, il grado di coinvolgimento, di ripensare alla mission, alle risorse, all'opportunità di affrontare gli obblighi o meno. Con un tale scenario non stupirebbe che il numero delle organizzazioni a Padova (così come nel resto del paese) avesse subito una evidente battuta d'arresto, scoraggiate dal costituirsi le nuove associazioni, ci si aspetterebbe che il numero di organizzazioni non profit mostrasse un picco negativo; con un certo orgoglio possiamo invece affermare che l'entusiasmo non è scemato e l'ammontare complessivo è cresciuto, portandole ad un totale di 6466.

Come è consuetudine abbiamo considerato la distribuzione territoriale aggregando i comuni per mandamento, secondo la seguente ripartizione:

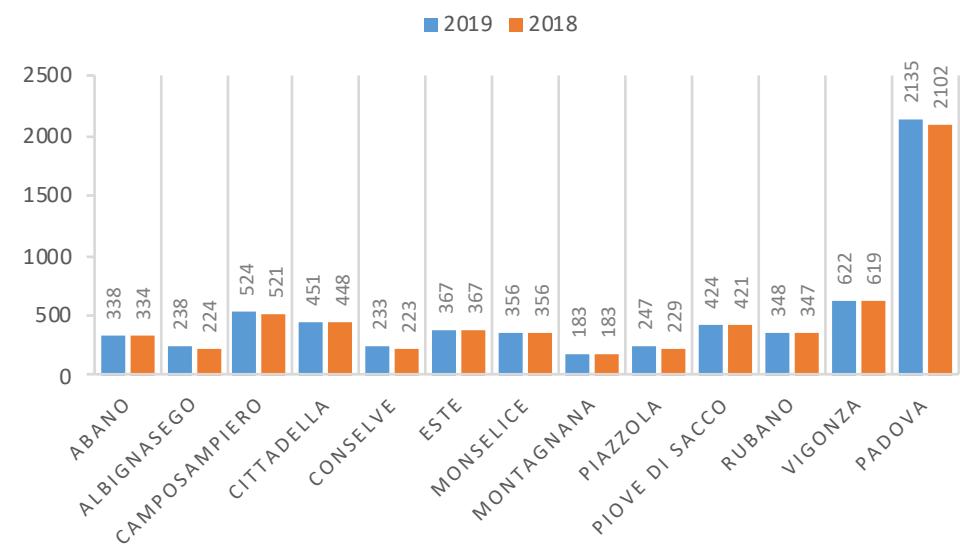
- **Mandamento Abano:** Abano Terme, Cervarese S. Croce, Montegrotto Terme, Rovolon, Saccolongo, Teolo, Torreglia
- **Mandamento Albignasego:** Albignasego, Casalserugo, Due Carrare, Maserà
- **Mandamento Camposampiero:** Borgoricco, Campodarsego, Camposampiero, Loreggia, Massanzago, Piombino Dese, San Giorgio delle Pertiche, Santa Giustina in colle, Trebaseleghe, Villa del Conte, Villanova di Camposampiero
- **Mandamento Cittadella:** Carmignano di Brenta, Cittadella, Fontaniva, Galliera Veneta, Gazzo Padovano, Grantorto, San Giorgio in Bosco, San Martino di Lupari, Tombolo, San Pietro in Gu'
- **Mandamento Conselvate:** Agna, Anguillara, Bagnoli, Candiana, Cartura, Conselvate, Terrassa, Tribano
- **Mandamento Este:** Baone, Barbona, Carceri, Cinto Euganeo, Este, Granze, Lozzo Atestino, Ospedaletto Euganeo, Piacenza d'Adige, Ponso, Sant'Elena d'Este, Sant'Urbano, Vescovana, Vighizzolo d'Este, Villa Estense, Vo' Euganeo

- Mandamento Monselice:** Arquà Petrarca, Battaglia Terme, Boara Pisan, Galzignano Terme, Monselice, Pernumia, Pozzonovo, San Pietro Viminario, Solesino, Stanghella
- Mandamento Montagnana:** Casale di Scodosia, Castelbaldo, Megliadino San Fidenzio, Masi, Megliadino San Vitale Merlara, Montagnana, Saletto, Santa Margherita d'Agide, Urbana
- Mandamento Piazzola:** Campodoro, Curtarolo, Piazzola sul Brenta, Villafranca Padovana, Campo San Martino
- Mandamento Piove di Sacco:** Arzergrande, Bovolenta, Brugine, Codevigo, Correzzola, Legnaro, Polverara, Piove di Sacco, Pontelongo, Sant'Angelo di Piove
- Mandamento Sarneola:** Mestrino, Rubano, Selvazzano, Veggiano, Sarneola di Rubano
- Mandamento Vigionza:** Cadoneghe, Limena, Noventa Padovana, Ponte San Nicolò, Saonara, Vigodarzere, Vigionza.

Tab 1: Numero associazioni per mandamento, confronto 2019/2018

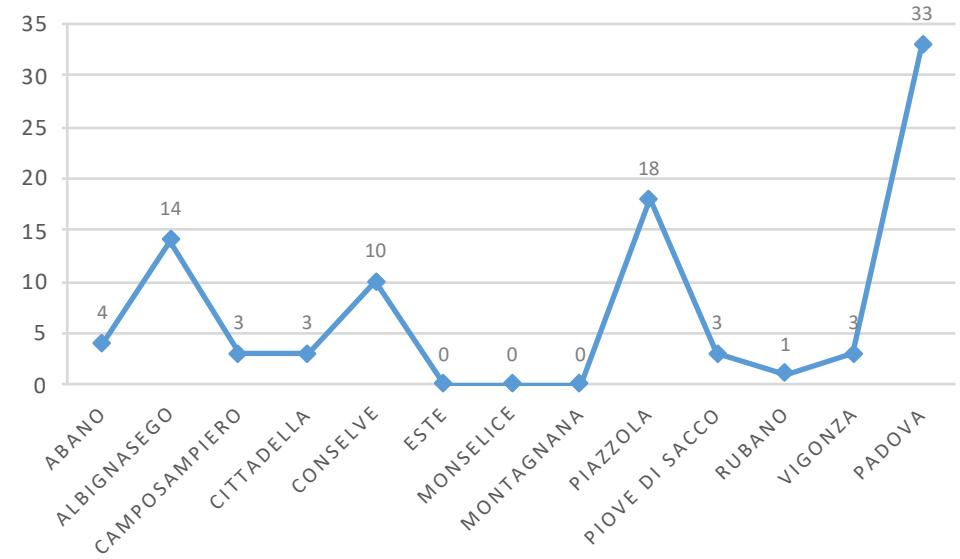
Mandamenti	2019	2018	Differenza
Abano	338	334	>4
Albignasego	238	224	>14
Camposampiero	524	521	>3
Cittadella	451	448	>3
Conselve	233	223	>10
Este	367	367	=
Monselice	356	356	=
Montagnana	183	183	=
Piazzola	247	229	>18
Piove di Sacco	424	421	>3
Rubano	348	347	>1
Vigionza	622	619	>3
Tot	6466	6374	>92

Grafico 1: Numero associazioni per mandamento, confronto 2019/2018

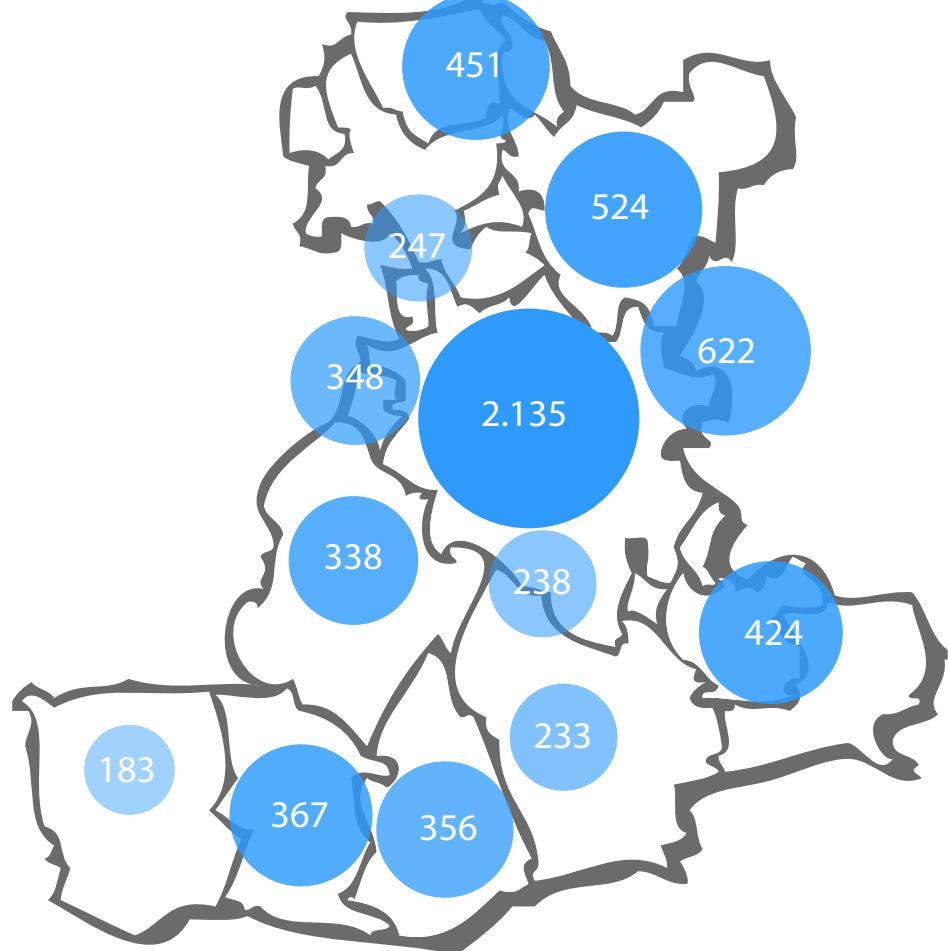


Le nuove nate si distribuiscono abbastanza equamente nei diversi mandamenti, con un picco positivo all'interno della cintura urbana, nel mandamento di Albignasego, Conselve e Piazzola.

Grafico 1.1: Trend di crescita



## Padova e provincia - Mandamenti 2019

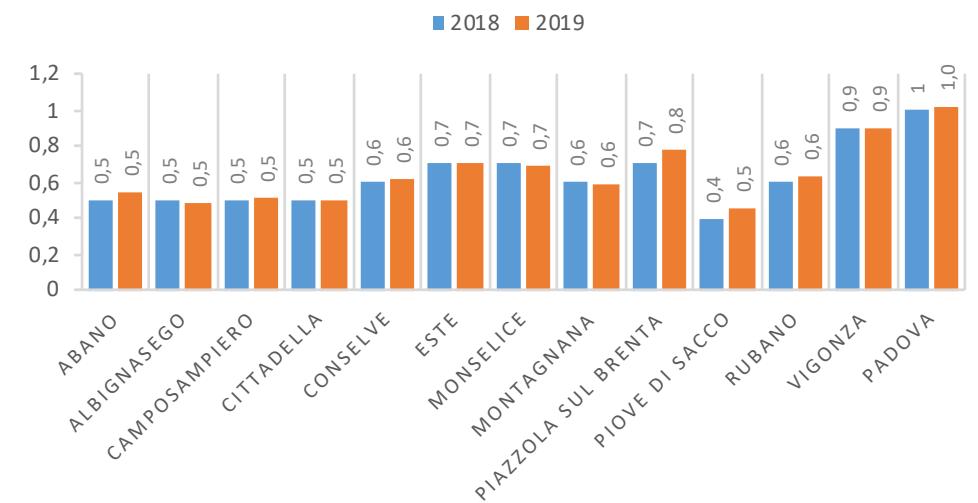


Rispetto al 2018 l'incidenza del numero di organizzazioni sul totale della popolazione aumenta, mostrando la presenza media di 0,7 associazioni ogni 100 abitanti.

Tab 2: Numero di associazioni ogni 100 abitanti per mandamento

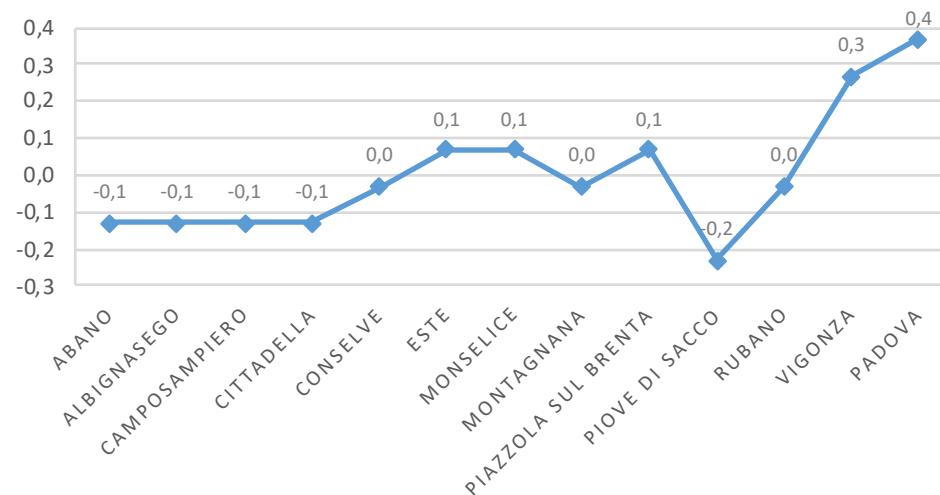
Mandamenti	2018	2019	Scarto dalla media
Abano	62165	0,5	0,5
Albignasego	49056	0,5	0,5
Camposampiero	102480	0,5	0,5
Cittadella	90132	0,5	0,5
Conselve	38062	0,6	0,6
Este	51558	0,7	0,7
Monselice	52067	0,7	0,7
Montagnana	31206	0,6	0,6
Piazzola sul Brenta	31478	0,7	0,8
Piove di Sacco	93726	0,4	0,5
Rubano	55184	0,6	0,6
Vigonza	69372	0,9	0,9
Padova	210401	1	1,0
Media		0,6	0,7

Grafico 2: Numero di associazioni ogni 100 abitanti per mandamento



La maggior parte dei mandamenti vanta un numero di associazioni per abitante allineata o superiore alla media provinciale (ordinata 0). Padova comune riconferma la sua posizione con 0,4 punti in più rispetto alla media.

Grafico 2.1: Scarto dalla media



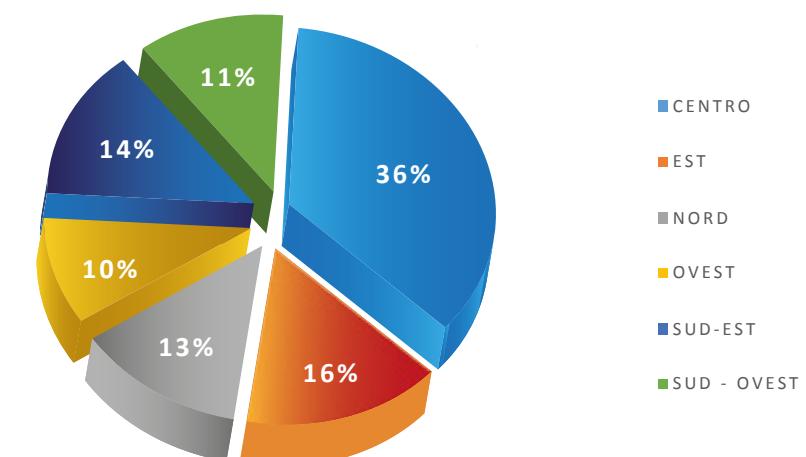
## Distribuzione per quartieri

La distribuzione all'interno di Padova città riconferma la situazione del 2018, con una sempre maggiore presenza di associazioni nel quartiere centro (che raggiungono una concentrazione di 2,9 associazioni ogni 100 abitanti); seguono il quartiere Est e Sud-est.

Tab 3: Numero di associazioni ogni 100 abitanti distribuite per quartiere

Quartiere	Numero associazioni	Numero associazioni ogni 100 ab 2019	Numero associazioni 2019	Numero associazioni ogni 100 ab 2018
Centro	761	2,9	710	2,7
Est	338	0,9	333	0,9
Nord	280	0,7	288	0,7
Ovest	207	0,6	205	0,6
Sud - Est	301	0,6	307	0,7
Sud - Ovest	248	0,9	260	0,9
Tot	2135	1,0	2102	1,0

Grafico 3: Numero di associazioni ogni 100 abitanti distribuite per quartiere



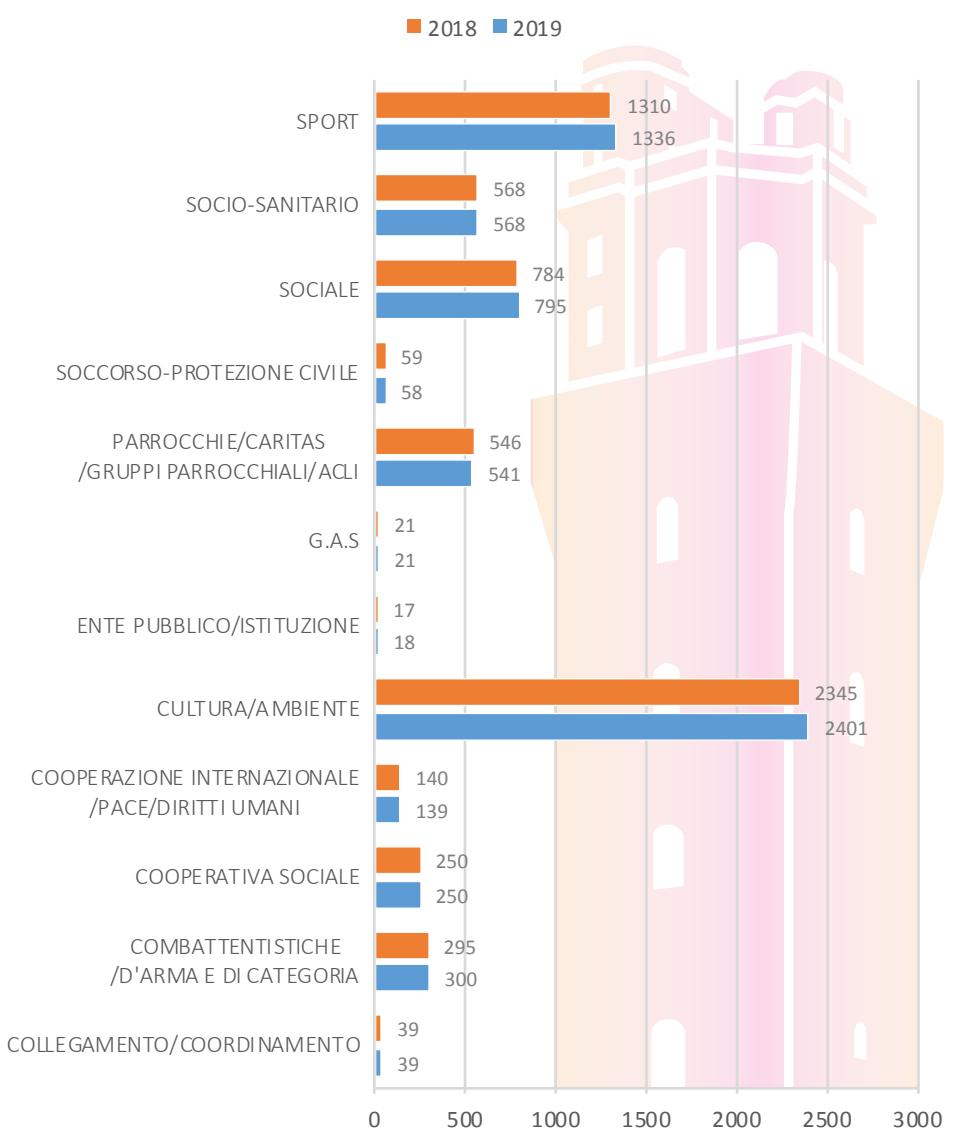
## Attività delle organizzazioni padovane

Le aree di intervento che ricorrono con maggior frequenza si confermano quelle di carattere culturale e sportivo, le quali coprono più della metà del totale; mantengono una presenza importante le associazioni di carattere sociale e socio-sanitario (per la quasi totalità rappresentate da ODV), che corrispondono al 21 % del totale.

Tab 4: Associazioni di Padova e provincia suddivise per area di intervento confronto 2018/2019

	2019		2018	
	NUM	%	NUM	%
Collegamento/Coordinamento	39	0,6	39,0	0,6
Combattentistiche/D'arma e di categoria	300	4,6	295,0	4,6
Cooperativa Sociale	250	3,9	250,0	3,9
Cooperazione Internazionale/Pace/Diritti Umani	139	2,1	140,0	2,2
Cultura/Ambiente	2401	37,1	2345,0	36,8
Ente Pubblico/Istituzione	18	0,3	17,0	0,3
G.a.s	21	0,3	21,0	0,3
Parrocchie/Caritas/Gruppi Parrocchiali/Acli	541	8,4	546,0	8,6
Soccorso-Protezione Civile	58	0,9	59,0	0,9
Sociale	795	12,3	784,0	12,3
Socio - Sanitario	568	8,8	568,0	8,9
Sport	1336	20,7	1310,0	20,6
Tot	6466	100,0	6374,0	100,0

Grafico 4: Associazioni di Padova e provincia suddivise per area di intervento confronto 2018/2019



Anche nella suddivisione per mandamenti le associazioni culturali risultano le più rappresentate, seguite dalle associazioni sportive, ad eccezione per l'area geografica di Padova città, dove la seconda posizione è occupata dalle organizzazioni che svolgono attività in ambito sociale, con una presenza di 330 associazioni; le quali, tra l'altro, si trovano concentrate principalmente nel quartiere Centro.

Tab 5: Area di intrevento per mandamento

	Collegamento/ Coordinamento	Combat- tentistiche/ D'arma e di Categoria	Cooperativa Sociale	Cooperazione Internazionale/ Pace/Diritti Umani	Cultura/ Ambiente	Ente Pubblico / Istituzione	G.a.s.	Parrocchie/ Caritas/Gruppi Parrocchiali/ Acli	Soccorso - Protezione Civile	Sociale	Socio - Sanitario	Sport	Totale Complessivo	
Abano		14	9	3	135	1	3	39	2	42	26	64	338	
Albignasego		16	5	5	78		1	24	2	23	8	76	238	
Camposampiero		29	18	10	180		2	46	4	47	64	124	524	
Cittadella	1	34	19	4	159			39	7	54	44	90	451	
Conselve		10	11	7	57		1	28	4	22	20	73	233	
Este	15	15	14	5	108			42	2	45	31	90	367	
Monselice	1	19	9	4	135	2		27	5	36	31	87	356	
Montagnana	2	8	7	2	58			22	4	20	13	47	183	
Padova	17	47	110	67	937	12	11	121	7	330	205	271	2135	
Piazzola		26	4	6	85			22	1	23	21	59	247	
Piove di Sacco		18	19	5	135	2		1	46	8	51	32	107	424
Sarmeola	2	17	11	11	110	1		1	32	5	34	35	89	348
Vigonza	1	47	14	10	224			1	53	7	68	38	159	622
<b>Totale complessivo</b>	<b>39</b>	<b>300</b>	<b>250</b>	<b>139</b>	<b>2401</b>	<b>18</b>	<b>21</b>	<b>541</b>	<b>58</b>	<b>795</b>	<b>568</b>	<b>1336</b>	<b>6466</b>	

Tab 6: Area di intervento per quartiere

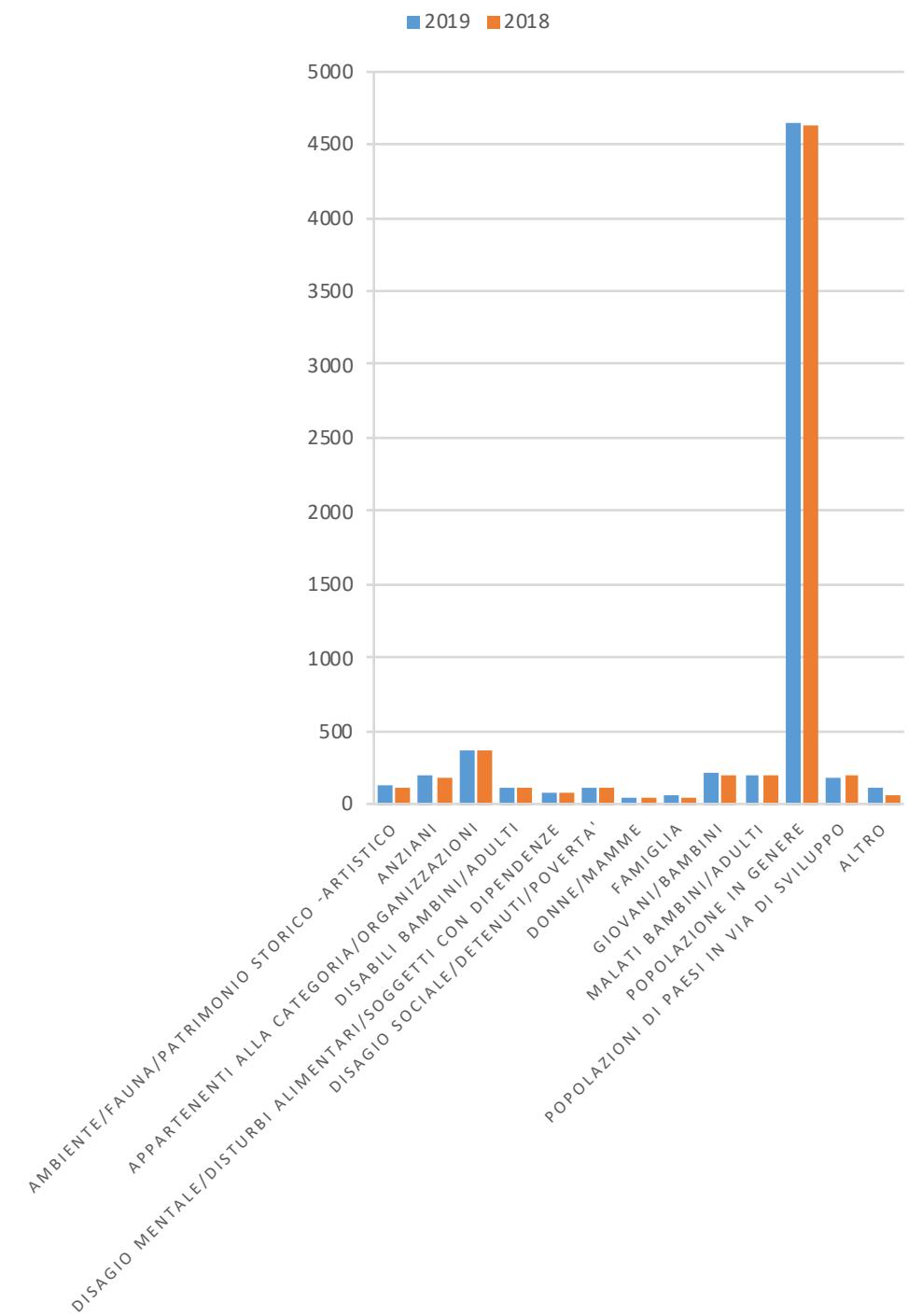
## A chi si rivolgono le associazioni

Nel 2019 si riconferma la situazione dell'anno precedente con una netta preponderanza di associazioni che non si adoperano per un'utenza specifica, bensì offrono servizi alla cittadinanza senza distinzione. Se, da un lato, non si può evitare di sottolineare che in tale tendenza influisce la cospicua presenza di associazioni culturali (le quali per loro natura hanno un bacino d'utenza variegato), dall'altro ci restituisce una prospettiva positiva, lasciandoci sperare che l'impegno volontario stia subendo una felice evoluzione verso obiettivi di bene comune.

Tab 7: Numero di associazioni per tipologia di utenti

	2019		2018	
	NUM	%	NUM	%
Ambiente/Fauna/Patrimonio Storico - Artistico	131	2,0	123	1,9
Anziani	204	3,2	191	3,0
Appartenenti alla categoria/Organizzazioni	365	5,6	366	5,7
Disabili Bambini/Adulti	121	1,9	117	1,8
Disagio Mentale/Disturbi Alimentari/Soggetti con dipendenze	76	1,2	76	1,2
Disagio Sociale/Detenuti/Povertà	118	1,8	107	1,7
Donne/Mamme	39	0,6	48	0,8
Famiglia	57	0,9	53	0,8
Giovani/Bambini	216	3,3	192	3,0
Malati bambini/adulti	192	3,0	207	3,2
Popolazione in genere	4650	71,9	4631	72,7
Popolazioni di paesi in via di sviluppo	185	2,9	192	3,0
Altro	111	1,7	71	1,1
Tot	6466	100,0	6374	100,0

Grafico 7: Numero di associazioni per tipologia di utenti



# LA FORZA ECONOMICA



## La forza economica

**“Il tempo è denaro e si misura così”** (V. Dossier Anno 6 numero 1 settembre 2015)

L’Organizzazione Internazionale del Lavoro (OIL) e il Centerfor Civil Society Studies della Johns Hopkins University hanno pubblicato nel 2011 un manuale per aiutare le agenzie di statistica di tutto il mondo a misurare la quantità, il tipo e il valore del volontariato nei loro Paesi. La pubblicazione è stata la prima guida a livello internazionale per la creazione affidabile dei dati sul volontariato grazie a una definizione e un approccio comune. E per dare evidenza alla parte di lavoro informale e non retribuito, che si differenzia dalle attività domestiche, e che, in genere, si realizzata attraverso associazioni o gruppi di cittadini.

«Il volontariato è un’enorme risorsa rinnovabile per il mondo sociale, economico, ambientale e di problem - solving in tutto il mondo. Ma la mancanza di dati certi su tale attività ha sottovalutato tutte le sue potenzialità», osserva Lester Salamon, direttore del Johns Hopkins Center for Civil Society Studies. «Questo manuale promette di cambiare radicalmente tutto questo. La sfida ora è quella di garantire un impegno dei Governi per la sua attuazione». I precedenti lavori del Centro della Johns Hopkins hanno dimostrato che il valore del volontariato nei Paesi di tutto il mondo è circa il doppio del valore dei contributi in denaro di individui, aziende e fondazioni. «Dato che il lavoro volontario non produce risultati tangibili - afferma Rafael Diez de Medina, direttore del Dipartimento di Statistica dell’OIL – ma genera negli individui un senso di soddisfazione e di partecipazione al progresso della società, la sua misurazione è in linea con ciò che definiamo “lavoro dignitoso”, come mezzo per promuovere la capacità umana, la dignità e il rispetto di sé. Infatti «non vi sono dubbi che il volontariato contribuisca in maniera significativa agli obiettivi dell’OIL sia economici sia sociali». «Questo manuale risponde al mandato stabilito dall’Assemblea Generale delle Nazioni Unite a conclusione dell’Anno Internazionale del Volontariato del 2001» osserva Flavia Pansieri, coordinatrice esecutiva dei Volontari delle Nazioni Unite, (l’agenzia incaricata di promuovere il volontariato), una delle maggiori sostenitrici del progetto di misurazione OIL-Johns Hopkins.

«In questo modo si rafforzerà la visibilità del volontariato per favorire un maggior coinvolgimento dei volontari, fornire una base per valutare l’efficacia degli sforzi di promozione del volontariato e per consentire di creare un ambiente politico più favorevole». Secondo uno studio delle Nazioni Unite, i sistemi di raccolta dei dati non riescono a captare il vero “peso” del volontariato ma, anche quando ne tengono conto, lo fanno in maniera inconsistente. Invece

per il sistema dei conti nazionali, il contributo dei volontari, in termini di forza lavoro, di produzione di beni e servizi dovrebbe essere tracciato, almeno in termini di quantità, per il computo dei tassi di produttività. Sono ancora pochi i Paesi che raccolgono questi dati ridimensionando l'efficacia del lavoro svolto dai volontari degli enti non profit. Forza lavoro che rimane esclusa dai calcoli sulla produttività, concentrata esclusivamente sull'ammontare della remunerazione del personale retribuito. Ma ciò che non si conta non può essere gestito in modo efficace. Non solo l'assenza di informazioni adeguate sulla vastità, sull'estensione e sulle forme del volontariato complica l'utilizzo efficace dei volontari, ma nascondendo il vero valore del lavoro volontario, si sottovaluta il volontariato e, quindi, non lo si incoraggia. Così come accade per altre forme di gratuità, la ricompensa per le persone che fanno volontariato non è monetaria ma sociale e psicologica. Trascurando il volontariato, anche queste ricompense sociali e psicologiche si affievoliscono. I dati sull'ampiezza e sul valore del volontariato, aumentandone la visibilità ed evidenziandone l'importanza, possono dunque servire a stimolare l'impegno volontario e a portare risorse aggiuntive per incidere sulle problematiche sociali, ambientali ed economiche.

Stabilire un sistema per migliorare i dati disponibili sul volontariato servirà un ampio ventaglio di scopi:

- documentare l'ampiezza di una parte importante del mercato del lavoro informale e così facendo offrire spunti su come poter documentare altre sue parti;
- rendere conosciuta un'ampia porzione della forza lavoro attualmente non visibile nelle statistiche sul lavoro esistenti;
- fornire credibilità e ulteriore rispetto ai milioni di ore di volontariato realizzate in tutto il mondo, stimolando un maggior impegno volontario;
- contribuire a migliorare la gestione dei volontari;
- rivelare in maniera più evidente e precisa l'impatto economico delle istituzioni non profit che ricorrono in larga misura al lavoro volontario;
- aiutare a valutare gli interventi pubblici e privati tesi a stimolare l'attività di volontariato;
- incoraggiare politiche pubbliche mirate ad aumentare il volume del volontariato;
- rendere possibile la produzione dei “conti satellite” completi delle istituzioni non profit, come richiesto nell’“Handbook on non profit institutions in the System of National Accounts”, che raccomanda l'inclusione dei vo-

lontari nella misurazione del ruolo economico delle istituzioni non profit;

- adempiere al mandato stabilito nelle recenti risoluzioni dell’Assemblea generale delle Nazioni Unite che promuovono il volontariato ed evidenziano il bisogno di maggiori dati sulle sue attività.

## I criteri di misurazione

Cinque sono i criteri da considerare per la misurazione del lavoro volontario:

1. Comparabilità. Un primo obiettivo per un approccio transnazionale significativo alla misurazione del volontariato è la comparabilità, lo sviluppo di concetti e approcci comuni tra Stati.
2. Fattibilità. La comparabilità ha un valore limitato se troppo pochi Paesi partecipano. Di conseguenza, l’approccio preferito è quello che può funzionare nella più ampia gamma possibile di Paesi. Questo implica la necessità di essere sensibili a tradizioni regionali e culturali, differenze linguistiche e ad altre potenziali barriere alla partecipazione, oltre che all’onerosità dell’approccio.
3. Rapporto costo-efficacia. Un potenziale ostacolo all’uso delle rilevazioni è il costo. Di conseguenza, il rapporto costo-efficacia deve essere una considerazione primaria nell’ideazione di un approccio raccomandato per la misurazione del volontariato. Dato che le indagini autonome sono costose e richiedono molto tempo, questo è un solido argomento a favore dell’uso di un supplemento a una piattaforma di indagine esistente.
4. Efficienza. L’uso di una piattaforma di indagine esistente è possibile solo se si presta attenzione a non sovraccaricare tale piattaforma. Ciò richiede una strategia volta a massimizzare le informazioni raccolte con il minor numero di domande, e di esercitare disciplina nella gamma di argomenti trattati.
5. Affidabilità. L’approccio scelto per la misurazione del lavoro volontario deve essere in grado di produrre risultati affidabili. Ciò significa che la piattaforma di indagine deve coprire una parte sufficientemente importante della popolazione ed essere affidabile dal punto di vista tecnico. Dato che il volontariato ha luogo in molti contesti diversi, compresi gli accordi informali da persona a persona, le rilevazioni che si rivolgono ai singoli piuttosto che alle organizzazioni sembrano offrire la migliore speranza di captare in maniera affidabile la piena rilevanza di questo fenomeno.

## Definire il “lavoro volontario”

Definire il termine volontario o volontariato è particolarmente complesso perché non è ampiamente compreso in tutte le parti del mondo e ha diverse connotazioni negative in alcune società, dove il volontariato “forzato” è stato una pratica diffusa. In alcune società dare “aiuto” e prestare “assistenza” sono aspettative culturali e il volontariato non è facilmente identificabile come un’attività distinta. In Italia, in particolare in questi tempi di crisi, il termine “lavoro volontario” potrebbe suscitare ulteriori polemiche rispetto a quelle già registrate in alcuni casi di cronaca. Rispetto a quanto indicato nella nostra normativa, noi preferiamo usare la parola “attività di volontariato” perché definisce in modo più chiaro e a scanso di equivoci la natura del volontariato. Anche se le attività sono intraprese senza retribuzione, non è raro che ai volontari siano rimborsate alcune spese quali i pasti e la copertura di piccole spese vive. Comunque, in genere, l’assistenza fornita senza retribuzione ai parenti più prossimi non può considerarsi volontariato. Anche se la definizione di ciò che costituisce la propria famiglia, o i “parenti più prossimi”, varia a seconda dei Paesi di appartenenza rendendo la differenziazione molto difficile. In tutto il mondo ricercatori, statistici, organizzazioni internazionali hanno già sviluppato rilevazioni sulle attività di volontariato. Le definizioni di lavoro volontario utilizzate in queste indagini condividono una serie di elementi comuni, sottolineando che il lavoro volontario riguarda servizi o attività svolte senza retribuzione a beneficio della comunità, dell’ambiente e di persone diverse dai parenti più prossimi. Le definizioni si differenziano nell’includere o meno il termine “volontario”, l’aiuto informale alle persone o solo le attività svolte per o attraverso organizzazioni non profit o di altro tipo, l’attribuire o meno uno scopo o motivazione all’attività, l’includere solo i servizi forniti o anche i beni prodotti, e se il beneficiario primario sia una persona o una causa, l’intera società o un “ideale”. Sulla base di questi precedenti sforzi e del contributo di esperti il Manuale OIL propone la seguente definizione operativa di lavoro volontario: lavoro non retribuito e non obbligatorio; ossia, tempo donato da individui in assenza di retribuzione per svolgere attività tramite un’organizzazione o direttamente per altri al di fuori della propria famiglia. Il Manuale OIL offre un esempio per chiarire questa definizione: suonare uno strumento musicale esclusivamente per il proprio godimento non è lavoro e, pertanto, non è “lavoro volontario”; ma suonare uno strumento musicale (senza retribuzione) per il godimento dei residenti di una casa di cura o di una comunità lo è.

## La dimensione economica delle associazioni

Tab 8: Numero di associazioni per dimensione economica

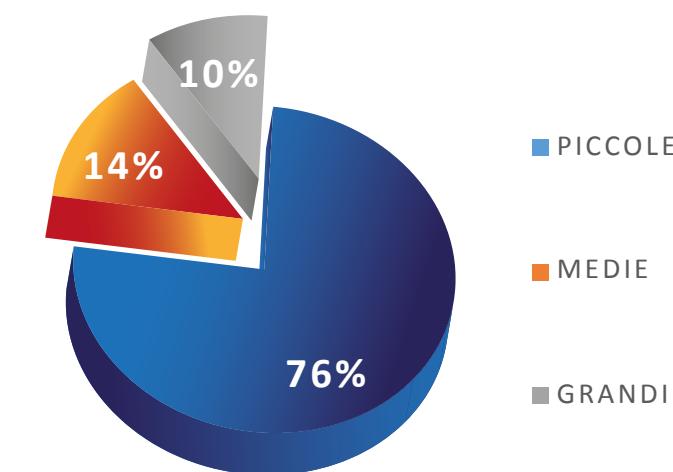
	2019		2018	
	num	%	num	%
*Piccole	239	76	224	76
**Medie	44	14	39	13
***Grandi	33	10	32	11
	316	100	295	100

\*piccole: entrate <30.000

\*\*medie: entrate 30.000-10.000

\*\*\*grandi: entrate >100.000

Grafico 8: Numero di associazioni per dimensione economica



Da un’analisi economica delle associazioni di Padova una fotografia che conferma la situazione degli anni precedenti, con una notevole preponderanza di piccole associazioni (percentuale costante del 76 % sul totale dei bilanci analizzati).

Le associazioni di media entità crescono lievemente a discapito delle grandi, coprendo rispettivamente il 14 ed il 10 % del totale.

La tendenza sopra descritta si riconferma nei singoli mandamenti, ad esclusione di Padova città, dove le grandi superano le medie e del mandamento di Viganza.

Tab 9: Associazioni per dimensione economica nei diversi mandamenti

	Piccole	Medie	Grandi	Tot
Abano	15	2	1	18
Albignasego	8			8
Camposampiero	26	2		28
Cittadella	21	6	1	28
Conselve	8	2	1	11
Este	15	2	1	18
Monselice	12	1	1	14
Montagnana	6	2		8
Padova	71	18	22	111
Piazzola	2	2		4
Piove di Sacco	18	3		21
Rubano	19	2	1	22
Vigonza	18	2	5	25
<b>Tot</b>	<b>239</b>	<b>44</b>	<b>33</b>	<b>316</b>

Grafico 9.1: Medie dimensioni

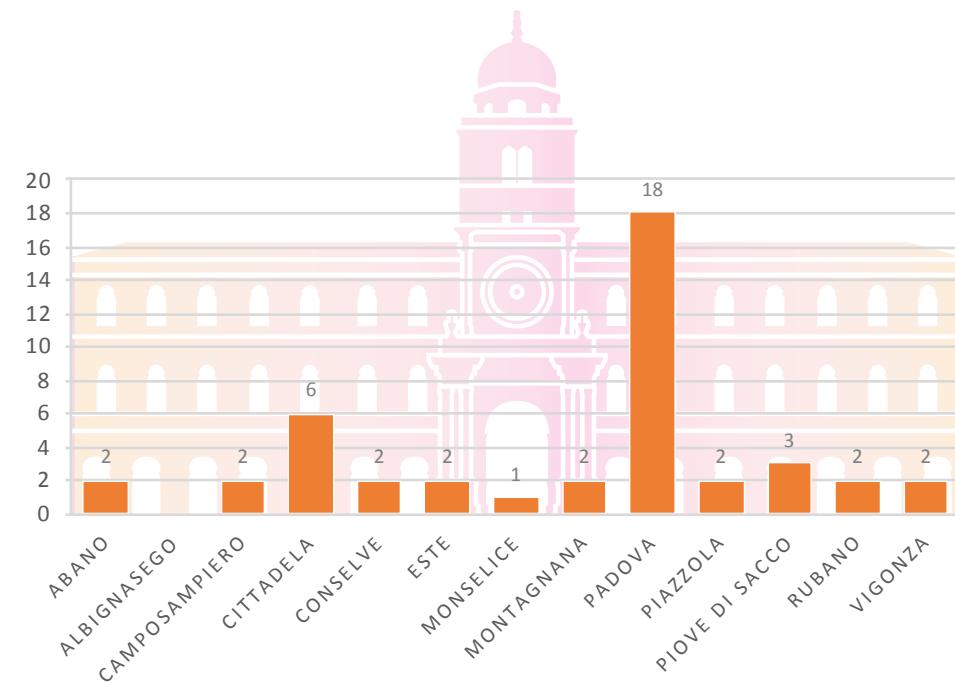


Grafico 9.0: Piccole dimensioni

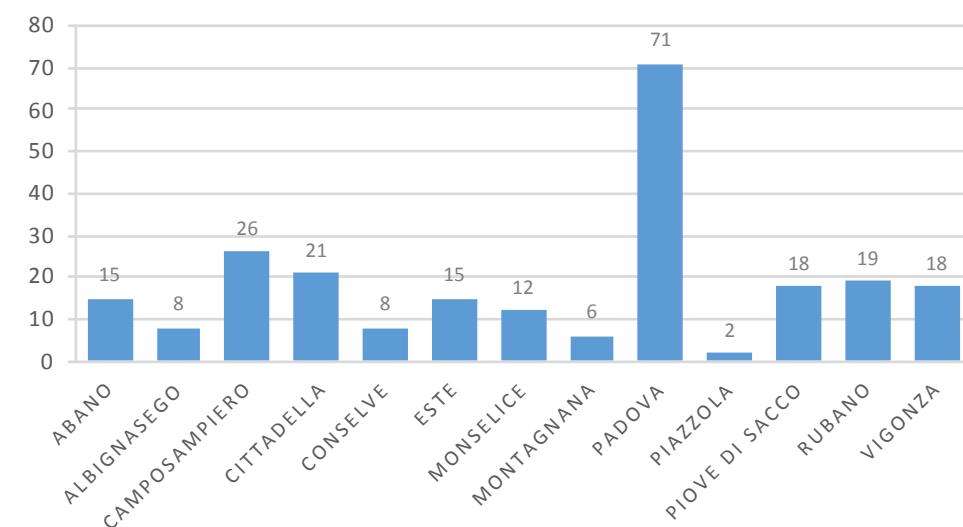
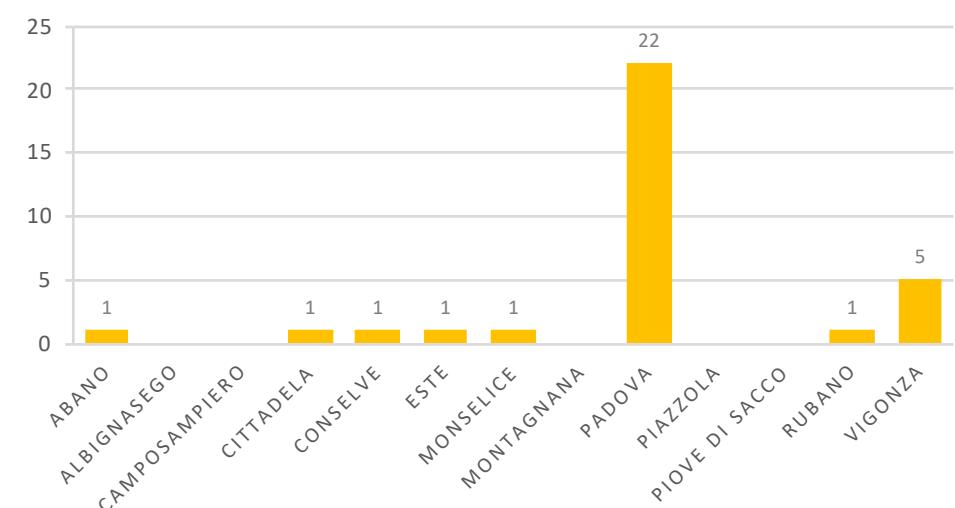


Grafico 9.2: Grandi dimensioni



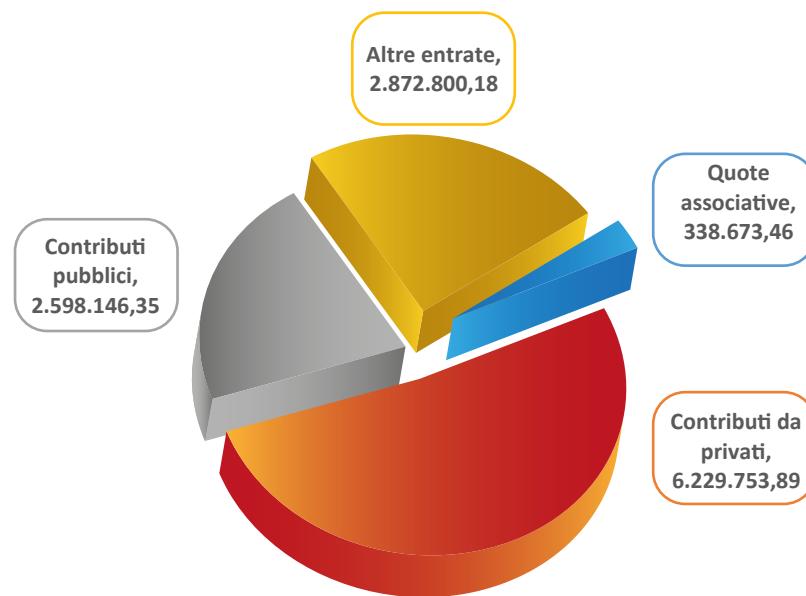
## Tipologia delle entrate delle associazioni

Anche nel 2019 risulta che le associazioni si sostentano principalmente grazie ai contributi privati, questo indipendentemente dalla dimensione economica; tuttavia è da notare come per le piccole e medie associazioni il peso dei contributi pubblici sia comunque importante ricoprendo, rispettivamente, il 32 e 30 % del totale delle entrate, a differenza delle grandi organizzazioni, per le quali i contributi pubblici sono soltanto il 21 %.

Tab 10: Tipologia di entrate

Tipologia entrate	Importo in euro 2019	2019%	Importo in euro 2018	2018%
Quote associative	338.673,46 €	3	290.713,21	3
Contributi da privati	6.229.753,89 €	52	6.119.970,30	56
Contributi pubblici	2.598.146,35 €	22	2.069.217,20	19
Altre entrate	2.872.800,18 €	24	2.487.262,50	23
	<b>12.039.374 €</b>	<b>100</b>	<b>10.967.163</b>	<b>100</b>

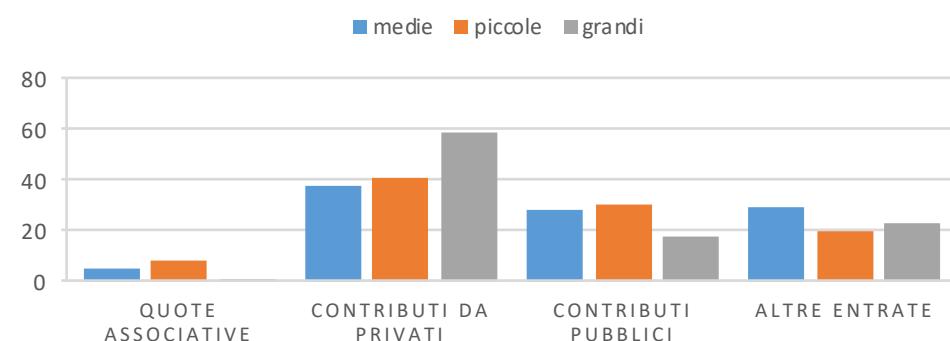
Grafico 10: Tipologia di entrate



Tab 11: Tipologia di entrate per dimensione

Tipologia	Quote associative	Contributi da privati	Contributi pubblici	Altre entrate	Tot
Piccole	156.570,21 €	787.247,36 €	590.756,64 €	384.460,45 €	1.919.034,7 €
%	8%	41%	31%	20%	100%
Medie	121.842,06 €	855.957,59 €	632.412,37 €	655.612,48 €	2.265.824,5 €
%	5%	38%	28%	29%	100%
Grandi	60.261,19 €	4.586.548,92 €	1.374.977,34 €	1.834.958,85 €	7.856.746,3 €
%	1%	58%	18%	23%	100%
<b>Totale</b>	<b>338.673,46 €</b>	<b>6.229.753,87 €</b>	<b>2.598.146,35 €</b>	<b>2.875.031,78 €</b>	<b>12.041.605,46 €</b>

Grafico 11: Tipologia di entrate per dimensione



## Tipologia delle entrate in relazione all'attività principale

Per la maggior parte delle tipologie di associazione i contributi privati costituiscono l'entrata principale tranne che per le associazioni sportive che si sostentano principalmente tramite le quote associative e le associazioni di categoria che invece beneficiano principalmente di contributi pubblici.

Tab 12: Tipologia di entrate per dimensione

	Quote associative	Contributi privati	Contributi pubblici	Altro
Collegamento/Coordinamento	360 €	4.667 €	9.776 €	-
Combattentistiche/D'arma e di Categoria	5.175 €	9.797 €	3.365 €	5.073,00 €
Cooperazione Internazionale/ Pace/Diritti Umani	4.785 €	233.371 €	1.347 €	108.501,38 €
Cultura/Ambiente	38.617 €	228.368 €	142.231 €	166.775,47 €
Parrocchie/Caritas/Gruppi Parrocchiali/Acli	-	2.215 €	-	2.214,61 €
Soccorso - Protezione Civile	17.771 €	29.865 €	5.350 €	10.665,20 €
Sociale	87.408 €	1.889.081 €	1.476.200 €	788.960,98 €
Socio - Sanitario	182.457 €	3.831.890 €	959.377 €	1.795.052,74 €
Sport	2.100 €	500 €	500 €	-

Grafico 12

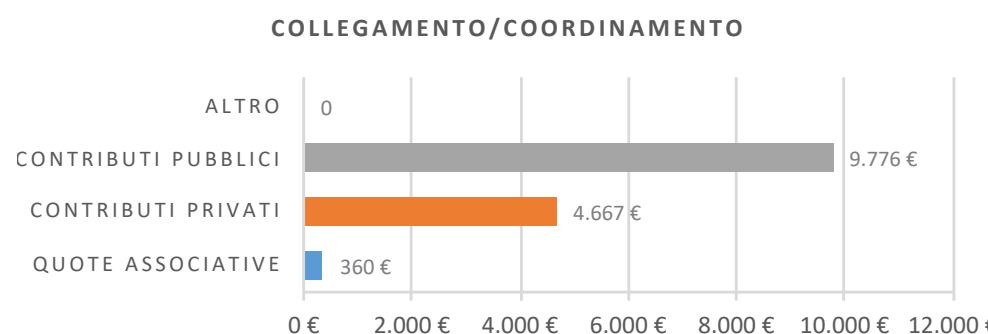


Grafico 12.1

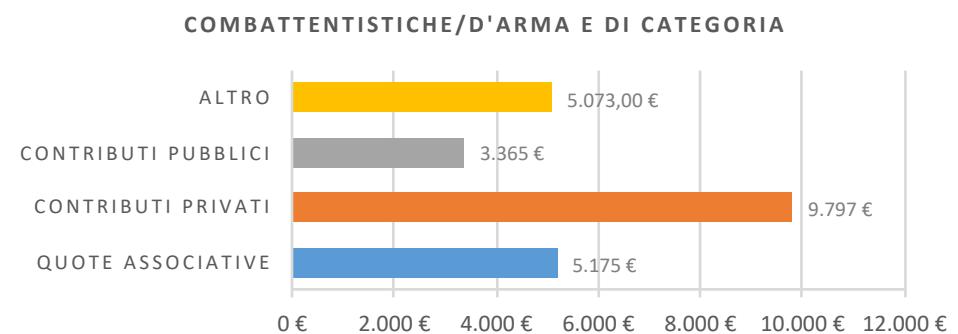


Grafico 12.2

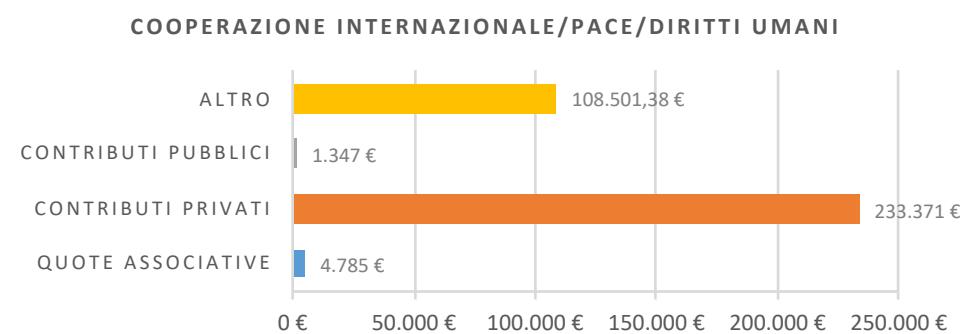


Grafico 12.3

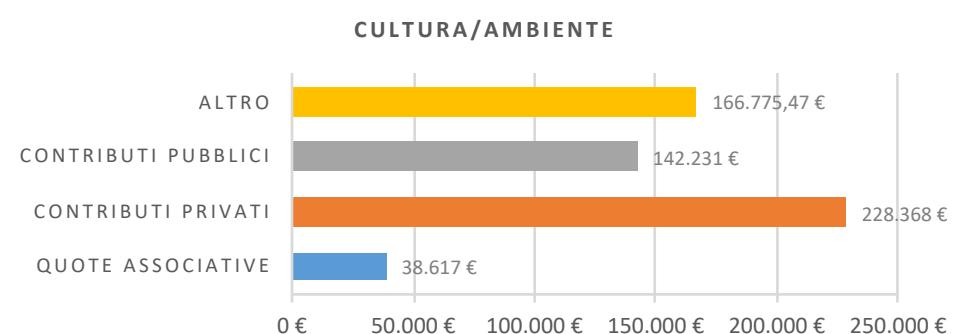


Grafico 12.4

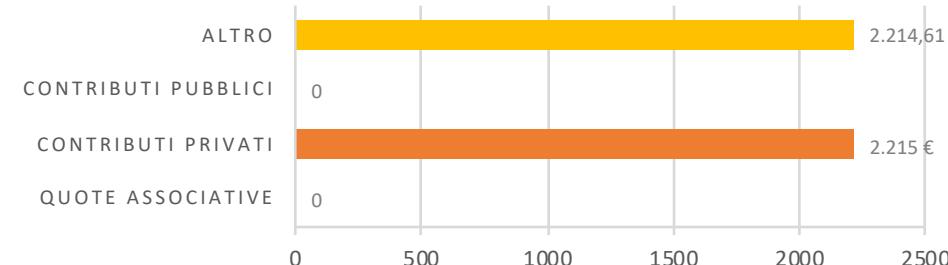
**PARROCCHIE/CARITAS/GRUPPI PARROCCHIALI/ACLI**

Grafico 12.7

**SOCIO-SANITARIO**

Grafico 12.5

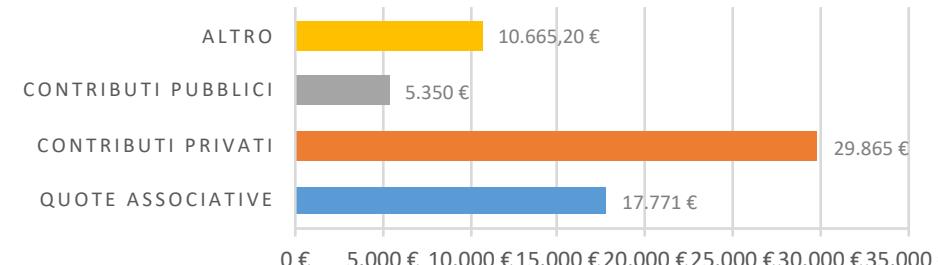
**SOCCORSO-PROTEZIONE CIVILE**

Grafico 12.8

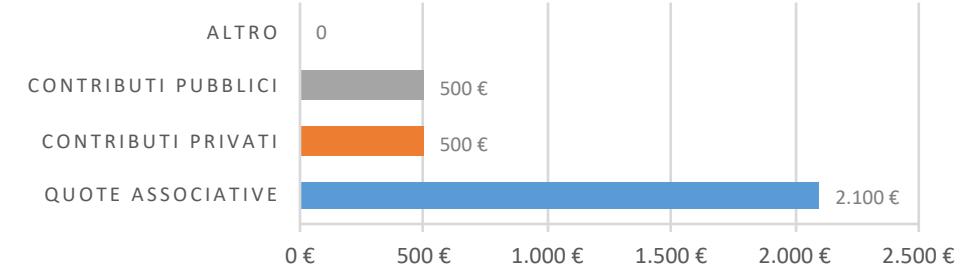
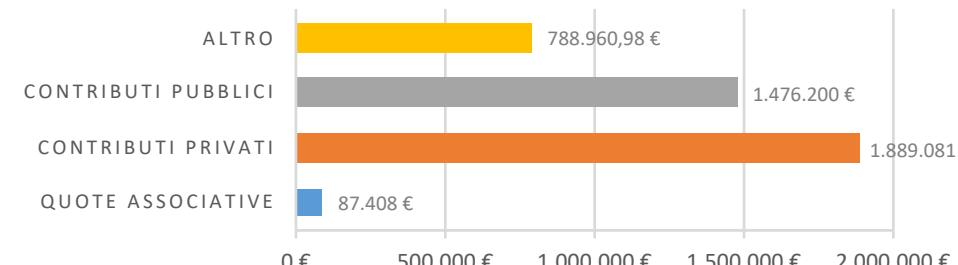
**SPORT**

Grafico 12.6

**SOCIALE**

**5 PER MILLE  
AL VOLONTARIATO**



## 5 PER MILLE AL VOLONTARIATO

**Un contribuente su tre destina il 5 per mille:  
Banca Etica rilegge le loro scelte.** (Vita, 26 giugno 2019)

**Al volontariato e associazionismo sono andate il 53% delle risorse e rappresenta il 57% degli enti beneficiari; le Fondazioni – che sono il 4,5% degli enti beneficiari – hanno avuto il 36% delle risorse; le Cooperative sociali pur rappresentando il 12% degli enti beneficiari, hanno raccolto il 3,3% delle risorse e le associazioni sportive dilettantistiche che sono il 16% degli enti beneficiari, hanno raccolto l'1,7%. Lo studio di Banca Etica sul 5 per mille**

**14 milioni di italiani, un contribuente su tre, hanno scelto di destinare il loro 5 per mille.** Hanno scelto il non profit, liberamente. Ma quali ambiti di intervento privilegiano? Prediligono sostenere grandi o piccole organizzazioni? Sono più attenti all'impatto sul territorio o a obiettivi di valore universale? Risponde a queste domande lo studio di Banca Etica sul 5 per mille, presentato ieri a Milano. «Studiare il 5 per mille **ci permette di cogliere l'attrattività delle organizzazioni di Terzo Settore, ma anche di comprendere l'evolversi dell'orientamento dei cittadini e di riflettere su quali elementi stiano influenzando le loro scelte**», spiega l'istituto di credito nato vent'anni fa proprio per offrire servizi finanziari alle organizzazioni non profit e opportunità di utilizzo etico dei risparmi a tutti.

«Chiediamo alle istituzioni di varare in fretta le disposizioni attuative della Riforma del Terzo Settore, compresa la velocizzazione delle procedure di versamento delle somme assegnate agli enti», ha detto Claudia Fiaschi, portavoce del Forum per il Terzo Settore a margine dell'evento. «È necessario **superare il tetto** delle risorse, per evitare che, come successo in passato, siano erogati anche 100 milioni di euro in meno l'anno: occorre stanziare una cifra in linea con il trend di crescita delle scelte dei contribuenti. Chiediamo anche **una diversa distribuzione del cosiddetto “inoptato”**, ovvero quella parte di 5 per mille scelto dai contribuenti senza indicare una specifica organizzazione destinataria: si tratta di una cifra che va dal 10 al 15% del totale redistribuito. In particolare è importante che venga utilizzata parte di queste risorse per **sostenere maggiormente le organizzazioni più piccole** e migliorare la loro capacità di fare attività di fundraising».

## I dati della ricerca

Nel 2017 hanno scelto di destinare il 5 per mille al Terzo Settore 14 milioni di contribuenti su un totale di 41,2 milioni: 1 su 3. La crescita è del +38% rispetto al 2006. **Numeri in crescita e importanti, che evidenziano tuttavia anche «come ci sia ancora ampio margine di crescita per far conoscere lo strumento a quei 27 milioni di contribuenti che non lo utilizzano ancora».**

Lazio, Lombardia e Liguria sono le Regioni in cui il 5 per mille “piace” di più: rispettivamente hanno firmato il 76%, il 63% e il 41% dei contribuenti. Regioni fanalino di coda sono invece Abruzzo (13%), Sardegna e Campania (14%). **In Lombardia, tra il 2006 e il 2017 sono andati ben 1,78 miliardi di euro, pari al 37,73% del valore del 5 per mille complessivo.** Il 57,7% delle risorse è stato raccolto da Lombardia e Lazio. Emilia Romagna, Piemonte, Veneto e Liguria sommate, raccolgono il 21,8% delle risorse.

La classifica è ovviamente condizionata dal posizionamento della sede delle organizzazioni più grandi, ma anche dalla storia del non profit, con una prevalenza delle regioni che hanno ospitato più di altre lo sviluppo del non profit in Italia.

**55,7%**

dell'importo totale è raccolto in **Lombardia e nel Lazio**

**23,2%**

dell'importo totale è raccolto in **Emilia-Romagna, Piemonte, Veneto e Toscana**

**21,0%**

dell'importo totale è raccolto in **Liguria, Campania, Puglia, Sicilia, Marche, Friuli Venezia Giulia, Bolzano, Calabria, Sardegna, Umbria, Abruzzo, Trento, Basilicata, Molise, Valle d'Aosta**

DATI RIFERITI ALL'ANNO 2017



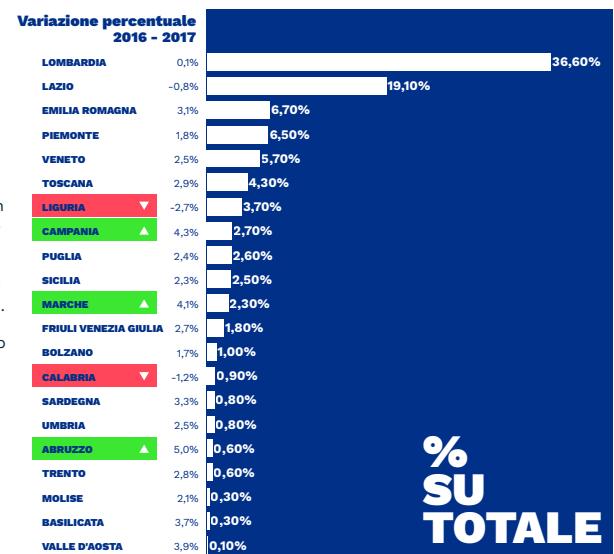
## Chi sale e chi scende

Tra il 2016 e il 2017, notiamo che in Abruzzo l'importo donato è aumentato del 5%; anche in Campania e nelle Marche è aumentato di poco più del 4%.

Su base annua le diminuzioni più importanti le troviamo in Liguria (-2,7%) e in Calabria (-1,2%).

Da segnalare che Lombardia e Lazio rimangono le regioni con gli importi donati più elevati ma senza scostamenti apprezzabili rispetto all'anno precedente (Lazio -0,8%, Lombardia +0,1%).

**IL 5 PER MILLE  
PER LO SVILUPPO DEL NON PROFIT.  
UNO STUDIO A CURA DI BANCA ETICA**

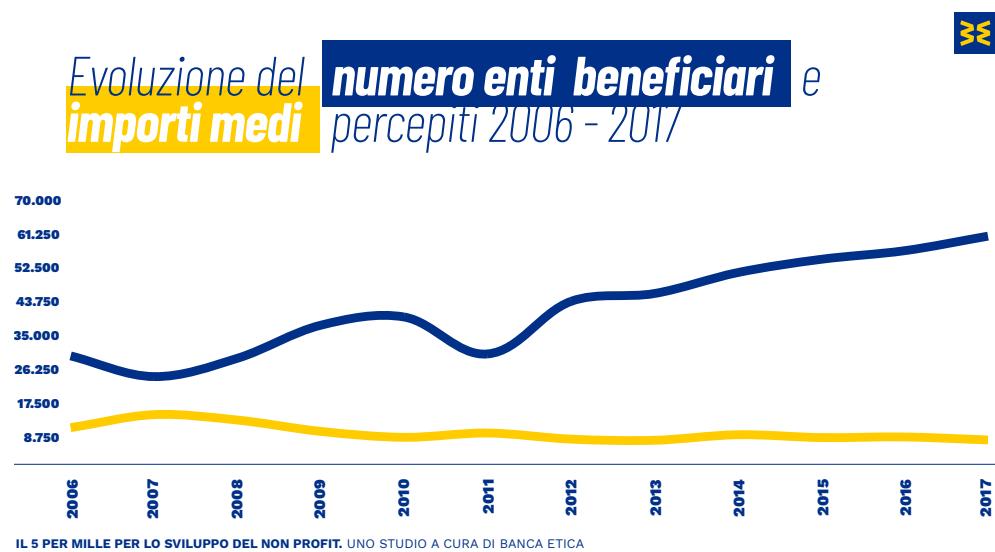


**Lo studio di Banca Etica evidenzia un nesso tra istruzione e fiducia: nei territori dove ci sono più laureati e persone con titolo di educazione secondaria, aumenta la quota di contribuenti che scelgono di utilizzare il 5 per mille.** Interessante anche la correlazione con il livello di fiducia generalizzata contenuto nel rapporto BES 2018 di Istat (il livello di fiducia generalizzata è definito come la percentuale di persone di 14 anni e più che ritiene che gran parte della gente sia degna di fiducia, ndr): nelle Regioni caratterizzate da bassi tassi di fiducia si tende a utilizzare molto meno il 5 per mille.

**Nel 2019 verranno erogati 495,8 milioni di euro di contributi relativi all'anno fiscale 2017 veicolati attraverso il 5 per mille. La platea delle organizzazioni beneficiarie è più che raddoppiata (+103,4%) tra il 2006 e il 2017 passando da 29.840 enti beneficiari a 60.705. Tale aumento ha comportato una diminuzione dell'importo medio percepito dalle organizzazioni tra il 2006 e il 2017: si passa da 11.325 (nel 2006) a 8.168 euro (nel 2017), con una riduzione del 27,8%.** Anche nel 2017 è il Lazio la regione con l'importo medio erogato per anno e per ente più alto, pari a 18.482 euro. Seguono poi Lombardia con 15.596 euro e Liguria con 10.402. Queste tre regioni si confermano al di sopra della media nazionale, pari a 8.168 euro, in calo dell'8,6% rispetto agli 8.939 euro di contributo medio ricevuto grazie al 5 per mille del 2016. In pratica, da un lato dove ci sono le organizzazioni più note e più grandi e dove il volontariato si è sviluppato in modo più strutturato si riescono a convogliare più risorse,

mentre dall'altro il fatto che il valore medio degli importi erogati continua a diminuire, in modo meno che proporzionale rispetto all'aumento degli enti beneficiari che accedono al contributo, riflette la crescente attenzione che gli italiani danno al 5 per mille.

**Quanto vale il 5 per mille del singolo contribuente? In media ogni donatore veicola 35 euro, un dato invariato rispetto al 2016 ma che è cresciuto del +6,6% dal 2006.** Il valore medio del 5 per mille più alto è quello del contribuente lombardo (41 euro), contro i 26 euro del contribuente di Calabria, Sicilia, Puglia e Basilicata. Le regioni in cui l'importo medio del 5 per mille è cresciuto di più fra il 2006 e il 2017 sono Piemonte (+27,5%), Basilicata (+26,7%), Bolzano (+25,9%) e l'Umbria (+25,3%).



**Per comprendere meglio come gli italiani veicolano le risorse del 5 per mille, lo studio di Banca Etica ha riclassificato i dati dell'Agenzia delle Entrate al fine di ottenere una panoramica completa delle categorie di beneficiari.** Al posto degli "elenchi" del 5 per mille che troviamo sul sito dell'Agenzia delle Entrate, i dati così sono stati suddivisi per Volontariato e altre associazioni; Associazioni sportive dilettantistiche (ASD); Cooperative sociali; Fondazioni; Comuni e pro loco (due categorie "estranee" al settore del non profit).

**Analizzando tutto il periodo tra il 2006 e il 2017, al volontariato e associazionismo sono andate il 53% delle risorse e rappresenta il 57% degli enti beneficiari; le Fondazioni – che sono il 4,5% degli enti beneficiari – hanno avuto il 36% delle risorse; le Cooperative sociali che sono il 12% degli enti beneficiari hanno avuto il 3,3% delle risorse e le associazioni sportive dilettantistiche, che sono il 16% degli enti beneficiari, hanno raccolto l'1,7% delle risorse.**

Questa l'analisi di Banca Etica: «nella scelta dei contribuenti pesano molto la qualità della relazione tra il contribuente stesso e l'organizzazione beneficiaria, la fiducia che il contribuente ripone in quell'organizzazione, la capacità di promozione sui media. Se il volontariato e il mondo dell'associazionismo, primi nella classifica degli importi raccolti, possono contare su una rete diffusa di volontari, beneficiari, sostenitori, **il caso delle Fondazioni ci mostra come la capacità di promozione sui media sia un driver fondamentale per la raccolta del 5 per mille.** Poche organizzazioni infatti riescono ad attrarre oltre un terzo delle risorse, anche grazie ad una forte sensibilità degli italiani verso i temi della ricerca scientifica e sanitaria per il contrasto ad alcune malattie».

La Associazioni Sportive Dilettantistiche (ASD) scontano sicuramente il fatto di essere spesso organizzazioni di piccole dimensioni radicate sul territorio, molto popolari presso i propri associati, ma in difficoltà nell'attrarre risorse da altri canali. **Diverso ancora il caso delle Cooperative Sociali, che, pur rappresentando il 12% degli enti beneficiari, raccolgono molto poco:** indice di ampi spazi di miglioramento nel rendere visibile il proprio operato nelle comunità e nel creare relazioni di valore con la rete estesa dei beneficiari dell'attività a favore di persone in condizione di fragilità. Secondo l'Istat sono quasi 3 milioni i destinatari dei servizi delle cooperative sociali e sono oltre 380.000 gli occupati nelle circa 14.200 cooperative sociali italiane ed è facile intuire la dimensione del bacino di potenziali sostenitori delle cooperative sociali rispetto ai soli 496.000 donatori che, in media, hanno scelto ogni anno questo settore tra il 2006 e il 2017».



Le prime 3 categorie per raccolta di contributi tra il 2006 e il 2017

## Volontariato e associazionismo

### Fondazioni

**53%**

delle risorse

**57%**

degli enti beneficiari

**36%**

delle risorse

**4,5%**

degli enti beneficiari

### Cooperative sociali

**12%**

degli enti beneficiari

IL 5 PER MILLE PER LO SVILUPPO DEL NON PROFIT. UNO STUDIO A CURA DI BANCA ETICA

La classifica degli enti beneficiari evidenzia l'elevata **concentrazione nella distribuzione delle risorse, non solo per categoria, ma anche per singoli enti**. I primi 10 enti beneficiari per importo infatti raccolgono il 26,7% del totale delle risorse erogate nel 2017, pari a quasi 134,5 milioni di euro. Le fondazioni percepiscono gli importi medi più alti, in particolare quelle che si occupano di ricerca sanitaria ricevono 1,4 milioni di euro l'anno di media. Seguono poi le associazioni di volontariato con circa 9.000 euro in media, le cooperative sociali con quasi 3.000 euro e le associazioni sportive dilettantistiche con 2.000 euro.

## Media importo 5 per mille erogato

	2016	2017	Media annua
<b>FONDAZIONE RIC. SANITARIA</b>	1.261	1.226	1.449
<b>FONDAZIONE (MIBAC)</b>	90	140	97
<b>ALTRE RIC. SCIENTIFICA</b>	35	35	53
<b>FONDAZIONE RIC. SCIENTIFICA</b>	26	27	105
<b>FONDAZIONE</b>	17	17	17
<b>VOLONTARIATO E ALTRE ASSOCIAZIONI</b>	8	9	9
<b>COOPERATIVA SOCIALE</b>	3	3	3
<b>COMUNE</b>	2	2	2
<b>ASSOCIAZIONE SPORTIVA DILETTANTISTICA</b>	2	2	2
<b>PRO LOCO</b>	1	1	1
<b>Totale</b>	<b>9</b>	<b>8</b>	<b>10</b>

IL 5 PER MILLE PER LO SVILUPPO DEL NON PROFIT. UNO STUDIO A CURA DI BANCA ETICA



## Il 5 per mille e le banche

Gli enti beneficiari del 5 per mille in media devono aspettare tra i 12 e i 24 mesi per vedersi accreditare le somme indirizzate dalle scelte dei cittadini. Spesso però i fondi sono necessari in tempi più rapidi e le banche hanno risposto a questa necessità offrendo servizi finanziari dedicati.

Le proposte delle banche si sono concentrate su **credito in forma di anticipazione del contributo approvato e in corso di erogazione** (in questo caso la banca anticipa all'ente una quota tra l'80 e il 100% dell'importo, per i mesi necessari all'Agenzia delle entrate per la liquidazione) e **credito in forma di fido, collegato all'importo medio ricevuto dall'ente negli ultimi anni** (in questo caso il grado di rischio è maggiore per l'intermediario finanziario ma è anche più significativa l'opportunità per l'ente, che può con maggiore tempo a disposizione ed elasticità di utilizzo disporre delle risorse finanziarie).

I dati relativi alla canalizzazione dei flussi 5 per mille verso istituti finanziari, dicono che **il 27% degli enti canalizzano il 56% delle risorse complessive su soli 7 istituti** (incluse le Poste), mentre il restante 73% degli enti, per il 44% delle risorse, si affida in modo diffuso alle restanti 591 banche. Le organizzazioni non profit clienti di Banca Etica che hanno avuto contributi tramite il 5 per mille nel 2016 (ultimo anno disponibile) sono 1.934; nel complesso hanno ricevuto circa 76,5 milioni di euro pari al 15,5% del totale. **Questi dati confermano Banca Etica tra le primissime banche italiani scelte dal Terzo Settore** e conferma la vocazione del primo istituto italiano di finanza etica a servire organizzazioni impegnate in attività sociali.

«Non sono anni facili per chi si occupa di sociale in Italia: sono sistemicci i tentativi di screditare con la parola “buonismo” una parte del Terzo Settore. Noi di Banca Etica sappiamo che il non profit italiano è invece un pilastro fondamentale per offrire opportunità a chi vive condizioni di fragilità, per far crescere una cultura della diversità e dell'accoglienza, per migliorare la qualità della vita nelle nostre comunità. Un vero bene comune da promuovere e sostenere affinché possa svilupparsi ancora più forte, sano e trasparente», ha detto Anna Fasano, presidente di Banca Etica. **«Per tutti noi la sfida è ora quella della misurazione d'impatto: stiamo lavorando per sviluppare insieme metodologie di rendicontazione puntuale del valore sociale e ambientale che siamo capaci di produrre».**

Per Ivan Nissoli, presidente di CSV di Milano, «gli strumenti finanziari messi a disposizione dalle banche, a partire da Banca Etica, hanno sostenuto il non profit in un periodo complesso di crisi economica. La stessa Riforma del Terzo Settore lancia la sfida dell'avvicinamento e della contaminazione degli enti del Terzo Settore con soggetti “altri”, tra i quali le banche. **Attenzione però che il non profit non si avvicini al profit con un approccio esclusivamente finanziario e che il profit non usi il non profit per lavarsi la coscienza.**

La sfida oggi è sul filo dell'innovazione sociale, dove il tavolo di progettazione è comune e a più mani: non profit, aziende, istituzioni e mondo bancario. Solo insieme si può. Ognuno con le sue specificità, per scrivere nuovi strumenti, nuove prospettive e nuove azioni».

### Il 5 per mille, analisi dei dati a livello nazionale

Nel 2017 hanno beneficiato del 5 per mille 43.035 enti di volontariato, per un totale di 334.402.132,28 euro, le destinazioni al volontariato sono state erogate da 10.368.566 contribuenti. Rispetto al 2016 sono aumentati gli enti di volontariato che hanno potuto godere dell'erogazione, tuttavia è diminuito il numero di contribuenti che hanno destinato il loro 5 per mille al volontariato ed anche l'ammontare complessivo delle erogazioni, per una media di circa 32 euro pro capite.

Le prime di 10 associazioni in Italia per entità delle erogazioni sono le seguenti:

#### Primi 10 volontariato in Italia

<b>Emergency ONG ONLUS</b>	Milano	356672	12728343
<b>Medici Senza Frontiere ONLUS</b>	Roma	260706	10667032
<b>Associazione Italiana per la Ricerca sul Cancro</b>	Milano	268881	7823068
<b>Save The Children Italia ONLUS</b>	Roma	149093	5950834
<b>Comitato Italiano per l'Unicef ONLUS</b>	Roma	165873	5542642
<b>Lega del Filo d'Oro ONLUS</b>	Osimo	160433	5534508
<b>Fondazione dell'Ospedale Pediatrico Meyer ONLUS</b>	Firenze	177745	5027084
<b>AIL Associazione Italiana contro le Leucemie, Linfomi e Mieloma ONLUS</b>	Roma	155219	4937243
<b>Fondazione ANT Italia</b>	Bologna	114826	3581427
<b>Associazioni Cristiane Lavoratori Italiani A.C.L.I.</b>	Roma	132941	2811544

Tra le regioni d'Italia, la Lombardia si riconferma la regione che riceve il maggiore numero di destinazioni e l'importo più cospicuo, seguono il Lazio e l'Emilia Romagna. Il Veneto risulta essere la quarta regione per numero di scelte ed importo totale, con una media pro capite di 33 euro, superiore anche a Lazio ed Emilia Romagna.

#### Contributi e numero di scelte per regione

Regione	Importo	Numero scelte
<b>Lombardia</b>	88.393.736,31	2381019
<b>Lazio</b>	83.398.015,05	2700559
<b>Emilia Romagna</b>	27.580.186,37	858233
<b>Veneto</b>	20.620.498,33	622903
<b>Toscana</b>	19.671.423,78	617000
<b>Piemonte</b>	19.154.622,17	550013
<b>Marche</b>	10.523.957,79	345612
<b>Campania</b>	10.369.730,62	358452
<b>Sicilia</b>	10.189.847,64	393437
<b>Puglia</b>	9.677.016,58	403327
<b>Liguria</b>	8.481.356,1	254662
<b>Trentino Alto Adige</b>	7.283.638,16	122829
<b>Friuli Venezia Giulia</b>	3.725.874,82	114930
<b>Calabria</b>	3.629.371,05	139979
<b>Umbria</b>	3.544.999,23	121354
<b>Sardegna</b>	3246812,1	114426
<b>Abruzzo</b>	2.603.550,75	95428
<b>Basilicata</b>	1.116.756,13	46022
<b>Molise</b>	658.309,4	24754
<b>Valle D'Aosta</b>	532.429,9	17986

## Il 5 per mille, analisi dei dati a livello locale

La città di Padova, all'interno della regione, si riconferma la più generosa: le associazioni che beneficiano del 5 per mille sono 791 (di più dell'anno precedente); anche i soggetti che destinano il 5 per mille sono in numero maggiore al 2016, tuttavia la somma complessiva è nettamente inferiore con un conseguente abbassamento dell'importo medio ad associazione, che passa dai 9300 ai 6500 euro.

Provincia	Numero organizzazioni	Numero scelte	Importo	Importo medio per organizzazione
Padova	791	140.568	5.132.420	6.489
Verona	748	134.565	4.493.868	6.008
Vicenza	650	129.336	4.235.089	6.516
Treviso	550	96.869	2.961.907	5.385
Venezia	501	73.615	2.430.199	4.851
Belluno	192	30.963	910.311	4.741
Rovigo	149	16.987	456.704	3.065
<b>Tot</b>	<b>3.581</b>	<b>622.903</b>	<b>20.620.498</b>	<b>5.758</b>

Le prime 10 associazioni in Veneto sono le seguenti:

Associazione	Provincia	Numero di scelte	Importo
Fondazione Città della Speranza ONLUS	PD	54.385	1.626.406,88
Opera San Francesco Saverio	PD	12.152	586.611,92
Fondazione Amici Associazione Advar ONLUS	TV	17.179	576.306,31
Fondazione per la Ricerca sulla Fibrosi Cistica ONLUS	VR	12.006	392.513,10
Provincia padovana dei Frati Minori Conventuali	PD	9.522	282.562,66
Missionari Comboniani Mondo Aperto ONLUS	VR	5.530	203.721,30
Associazione Bambino Emopatico ed Oncologico ONLUS Verona	VR	5.870	177.543,52
Veneti Schiacciati Dalla Crisi	TV	6.807	153.983,14
Associazione Lotta Contro i Tumori Renzo e Pia Fiorot ONLUS	TV	5.375	148.916,92
Unione Italiana Lotta alla Distrofia Muscolare direz. naz. ONLUS	PD	4.780	148.844,84

L'associazione che riceve più consensi e la somma più elevata a Padova, come in Veneto è, anche per il 2017, La città della speranza, seguita dall' Opera San Francesco Saverio; infatti nella provincia patavina le prime 10 associazioni sono le seguenti:

Denominazione	Numero di scelte	Importo totale
Fondazione Città Della Speranza ONLUS	54.385	1.626.406,88
Opera San Francesco Saverio	12.152	586.611,92
Provincia Padovana dei Frati Minori Conventuali	9.522	282.562,66
Unione Italiana Lotta alla Distrofia Muscolare Direz.naz.	4.780	148.844,84
Progetto Rotary Distretto 2060 ONLUS	906	119.124,01
Fondazione Fratelli Dimenticati ONLUS	3.084	105.315,93
Lega Nazionale per la Difesa del Cane Sezione Padova	2.927	93.930,25
Associazione Ki Ta Movimento Ordinato Verso il Tutto	2.204	70.926,23
Cometa A.s.m.m.e. Associazione Studio Malattie Metaboliche	2.430	66.563,47
Associazione un Cuore un Mondo Padova ONLUS	1.801	60.704,36

Come accade negli anni precedenti, anche per il 2017 sono le grandi associazioni ad erodere la quasi totalità delle erogazioni: le 10 associazioni presenti nella tabella precedente ottengono più del 70% del totale degli importi destinati con il 5 per mille, le rimanenti associazioni si spartiscono il rimanente 30% con un importo medio percepito di 4535 euro; di queste: 100 organizzazioni ricevono meno di 10 donazioni, 416 ne ricevono da 11 a 100, 254 da 101 a 1000 e soltanto 21 più di mille. Si consideri infine che non conteggiando le prime 10 organizzazioni, 254 si aggiudicano importi inferiori ai 1000 euro.

Tra le organizzazioni che ottengono i proventi del cinque per mille (annoverate nel gruppo "volontariato"), l'80% (648) è costituito da associazioni, di queste il sottogruppo più importante corrisponde alle APS, le quali si accaparrano il 47% del totale complessivo. Cooperative e fondazioni ricevono somme decisamente minori, rispettivamente il 9 ed il 12 % del totale stanziato a Padova.

Organizzazioni a Padova suddivise per tipologia

Tipo di organizzazione	Numero di organizzazioni	Numero di scelte	Totale importo
APS	342	67.743	2.431.114
COOP	109	11.092	354.058
FOND	57	10.330	456.145
ODV	139	19.444	630.595
ONLUS	167	31.959	1.260.509
<b>TOT</b>	<b>814</b>	<b>140.568</b>	<b>5.132.420</b>

## IL PROGETTO REDDITO DI INCLUSIONE ATTIVA



## IL PROGETTO REDDITO DI INCLUSIONE ATTIVA

### L'esperienza delle associazioni

È nel DNA delle associazioni la capacità di accoglienza e la prontezza nel rispondere ai nuovi bisogni del territorio. Grazie a queste caratteristiche e al rapporto di fiducia tra le associazioni e il CSV Padova l'adesione al progetto Reddito Inclusione Attiva è stata da subito positiva ed ha permesso che divenisse realmente esperienza di welfare generativo.

In concreto il progetto R.I.A. di sostegno prevede lo svolgimento di azioni di volontariato da parte di persone in carico ai servizi sociali del comune di residenza, che garantisce loro un contributo economico mensile e le segnala al CSV. Lo psicologo del CSV Padova – Mario Polisciano - effettua un colloquio con la persona per valutare la possibilità di inserimento e si preoccupa di individuare un'associazione, effettuare l'inserimento e il monitoraggio. Solo nel corso dell'ultimo anno le organizzazioni aderenti sono state 113 e tra queste si trovano associazioni di volontariato, culturali, parrocchiali e cooperative sociali impegnate in ambiti diversificati, dall'assistenza agli anziani all'accoglienza di minori non accompagnati fino ad attività musicali e teatrali.

Ciascuna realtà ha costruito attorno alla persona un percorso di inserimento in modo che l'esperienza potesse essere più costruttiva possibile. Piccoli punti, un'associazione padovana impegnata nella prevenzione e sensibilizzazione sul melanoma, ha inserito due signore da marzo 2018 per sei mesi. Kate ha supportato l'associazione nel progetto di prevenzione per le scuole Sun lab for kids mantenendo i contatti con gli istituti per ricordare gli incontri programmati e definire gli ultimi aspetti logistici. Filomena invece ha curato maggiormente la sistemazione e pulizia della sede. Entrambe hanno affiancato i volontari nelle iniziative di sensibilizzazione di piazza concentrate in particolare nel periodo primaverile. Per l'associazione, come racconta la collaboratrice Lisa Vacca, è stata un'esperienza nuova che ha portato un aiuto aggiuntivo soprattutto nelle attività d'ufficio svolte durante la settimana in orario lavorativo, orari in cui i volontari generalmente faticano di più ad essere presenti. Le due signore hanno garantito continuità e presenza ed entrambe ne hanno avuto beneficio; Filomena ha proseguito con un progetto in un'altra associazione e a Kate è stato offerto una piccola continuità lavorativa anche grazie all'associazione. Giusy

Molena, presidente dell'associazione Non dimenticare chi dimentica di Piove di Sacco, ha avuto un'esperienza molto intensa. Il Comune di Piove di Sacco ha aderito per la prima volta al progetto nel 2018 e subito ha inserito sette persone, tutte donne, nel centro sollevo Alzheimer gestito dall'associazione. "Anna, Ornella, Elena, Maria, Nikolova, Patrizia, Antonietta sono state con noi da giugno a dicembre, spiega Giusy Molena . Sono state impegnate per 12 ore alla settimana in supporto dei volontari nelle attività di animazione e socializzazione a favore delle persone con malattia di Alzheimer inserite nel centro sollevo. Le mansioni in cui sono state inserite sono le stesse di tutti i volontari e le signore sono state alternate, in modo da permettere a tutte di sperimentarsi nell'accoglienza degli ospiti, nella preparazione del tè, nelle attività di gioco come in quelle di riordino. Il rapporto con gli anziani è stato arricchente da entrambe le parti". Giusy, pur ammettendo la difficoltà di gestire sette nuove persone in contemporanea, conferma la positività del progetto, tanto che due delle signore si sono rese disponibili a continuare l'attività di volontariato permettendo di aprire il centro sollevo un pomeriggio in più alla settimana a tutto vantaggio degli ospiti e delle loro famiglie, mentre altre due signore sono state coinvolte in iniziative formative e di ricerca lavoro. Esperienze che testimoniano come il R.I.A. permetta nella maggior parte dei casi di rimettersi in gioco, dal volontariato al lavoro.

## L'esperienza dei partecipanti

Salvatore, napoletano di nascita, è padovano dal 2001, da quando ha lasciato la sua città con un programma di protezione. Ha iniziato quindi una nuova vita, dopo un passato burrascoso e un matrimonio precoce, non ancora maggiorenne.

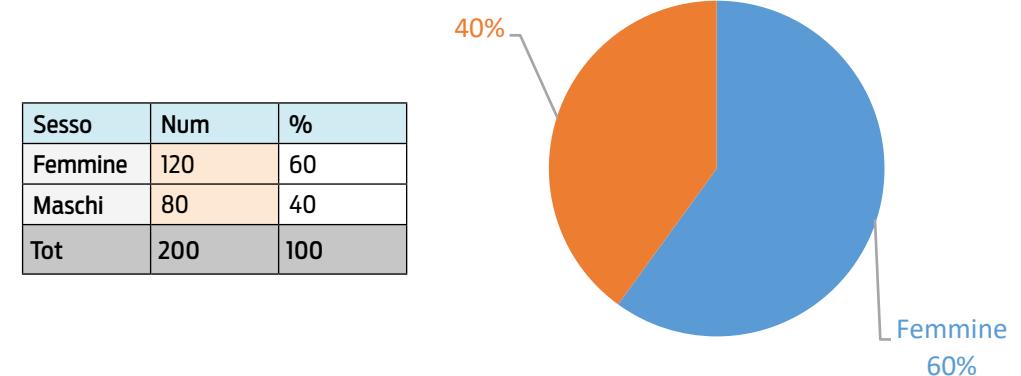
A Padova Salvatore ha trovato persone che lo hanno aiutato a dare un nuovo corso alla sua storia personale. Tra queste è significativo l'incontro con una signora con disabilità che ha iniziato a seguire come volontario per aiutarla nel tragitto quotidiano casa-lavoro. È stata proprio lei, poco più di due anni fa, a suggerire a Salvatore di prendere contatto con l'assistente sociale, vista la difficoltà a trovare lavoro. Da questo primo contatto si è attivato un percorso di sostegno che sta continuando tutt'ora. Due anni fa è stato inserito in un primo progetto di Reddito Inclusione Attiva reiterato per più mesi, all'interno di una scuola elementare di Padova. Grazie ad un accordo tra il CSV Padova e l'istituto è stato possibile inserire Salvatore in affiancamento alle collaboratrici scolastiche per un aiuto nelle pulizie. "È un lavoro che non avevo mai fatto prima, mi impegna il pomeriggio, dalle 14 alle 16 e mi sono trovato molto bene.

Il personale scolastico è molto disponibile e mi sono inserito facilmente". Al momento è in attesa che il progetto riprenda, spera già a marzo di quest'anno. Nel frattempo Salvatore ha chiesto alle assistenti sociali anche un aiuto per un alloggio popolare ed è in attesa del prossimo bando, perché con il lavoro manca anche la possibilità di sostenere un affitto. Quella di Salvatore è una storia di riscatto, anche se il percorso è lungo, con ostacoli e difficoltà alle quali non si è sottratto. "Negli anni il R.I.A. di sostegno ha dimostrato di saper rispondere in maniera efficace alle necessità di relazione e appartenenza delle persone, riattivando competenze e abilità prima non emerse; è una misura flessibile e trova la sua forza nell'attivare, oltre alla persona, la comunità nel suo insieme". Così descrive il progetto Marta Nalin, assessora al sociale del Comune di Padova.

## Il progetto R.I.A.: i dati

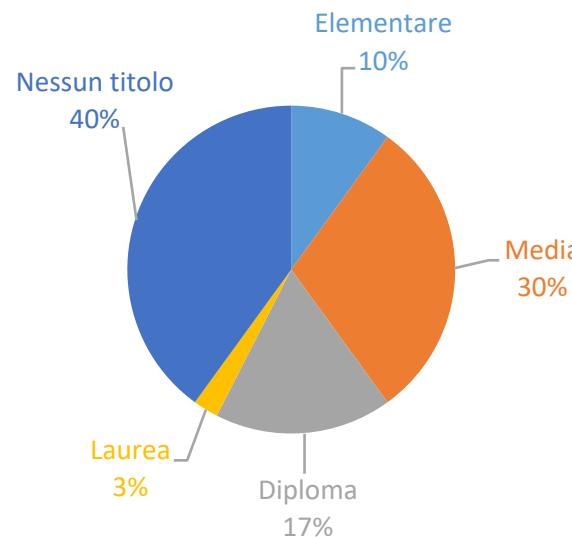
Il progetto Reddito di Inclusione Attiva rappresenta una delle manifestazioni con cui si concretizza l'impegno volontario. Nel 2019 il CSV ha inserito 200 soggetti che hanno beneficiato del progetto RIA. Di questi, la maggioranza è rappresentata dal gruppo delle donne (60%) sul cui numero incide fortemente la presenza di madri sole.

Sesso dei beneficiari



I soggetti scolarizzati sono il 60 % del totale dei partecipanti con un'incidenza maggiore di soggetti con istruzione medio-alta.

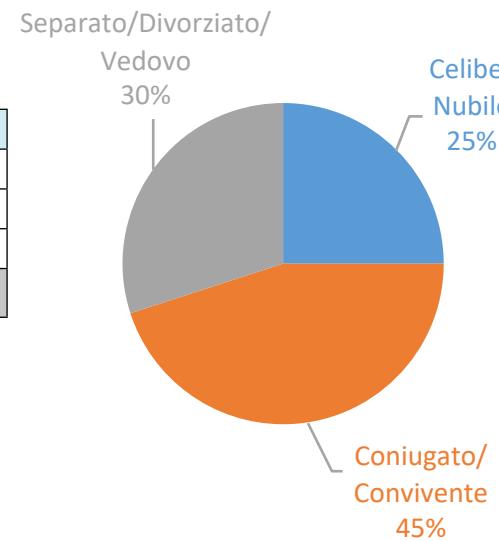
Titolo di studio	Num	%
Elementare	20	10
Media	60	30
Diploma	35	17,5
Laurea	5	2,5
Nessun titolo	80	40



I nuclei mono personali prevalgono, con un'incidenza del 55% sul totale e sono rappresentati principalmente da donne. Le famiglie composte da più di un adulto rappresentano il 45% del totale.

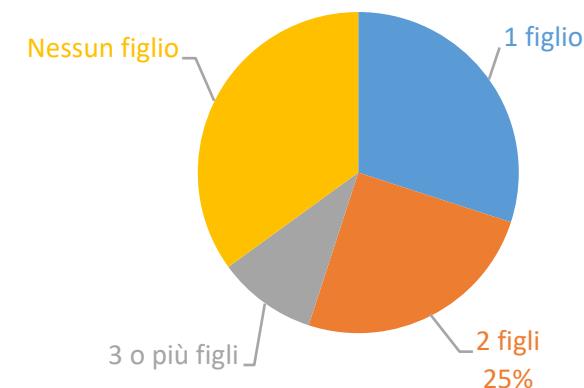
#### Stato civile dei beneficiari

Stato civile	Num	%
Celibe/nubile	50	25
Coniugato/convivente	90	45
Separato/divorziato/vedovo	60	30
Tot	200	100



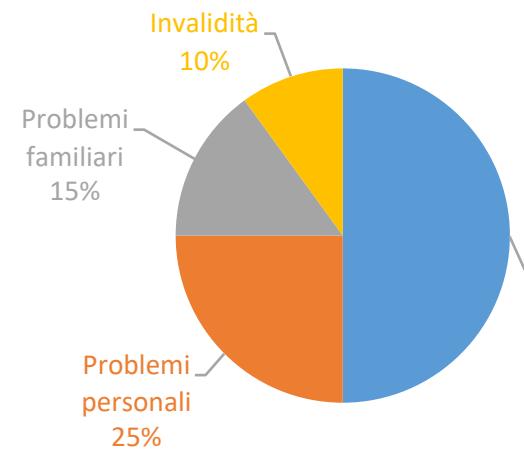
Dei 200 soggetti beneficiari del progetto R.I.A. il 65% ha meno di due figli, soltanto il 10% ha 3 o più figli, ciò lascerebbe pensare che nella presa in carico dei Servizi Sociali e quindi nella condizione di svantaggio economico il numero di componenti il nucleo familiare non incida.

Nucleo Familiare	Num	%
1 Figlio	60	30
2 figli	50	25
3 o più figli	20	10
Nessun figlio	70	35
Tot	200	100

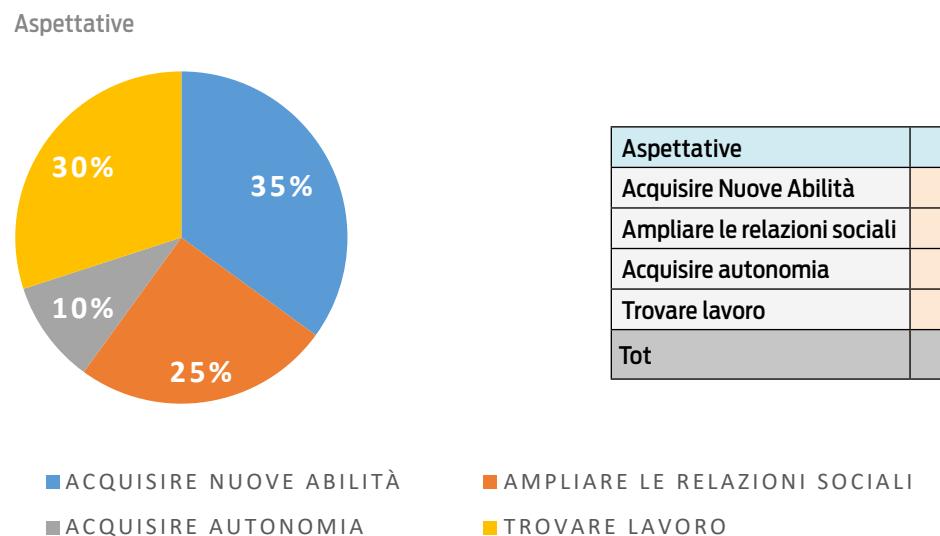


Dalle interviste effettuate, risulta che la principale problematica che ha condotto gli interessati a richiedere un contributo economico tramite il progetto il R.I.A. sia legata a questioni di carattere lavorativo: il 50% imputa infatti alla propria condizione il fattore disoccupazione; non sorprende quindi che le maggiori aspettative che i soggetti riversano sul progetto riguardino il “trovare lavoro” (30%) e “l'acquisire nove abilità” (35%).

#### Problematiche dichiarate



Problematiche dichiarate	Num	%
Disoccupazione	100	50
Problemi personali	50	25
Problemi familiari	30	15
Invalidità	20	10
Tot	200	100



A 35 soggetti beneficiari del progetto R.I.A. è stato posto un questionario per conoscerne gli aspetti motivazionali ed approfondire i benefici relazionali che ne hanno tratto.

### Colloquio iniziale

Rispetto alla valutazione del colloquio iniziale che effettua il CSV per orientare la scelta dell'organizzazione in cui inserire le persone, il gruppo più cospicuo ha dato parere positivo, dichiarando di aver ricevuto risposte esaustive rispetto al progetto e di essersi sentito accolto ed ascoltato; soltanto il 3% la ritiene un'esperienza negativa poiché non ha ricevuto le informazioni di cui necessitava.

### Grado di consapevolezza del progetto prima del colloquio

Dalle risposte dei beneficiari risulta che il colloquio conoscitivo viene vissuto positivamente, soltanto il 3% dichiara che le proprie aspettative non sono state attese, mentre il 97% si sente accolto ed ascoltato, di questi la maggior parte mostra di gradire le informazioni chiare sul progetto.

### Grado di conoscenza del progetto prima del colloquio con il CSV

Chi intraprende il percorso nella maggior parte dei casi lo fa con un basso livello di consapevolezza, soltanto il 30% si dichiara informato sulle modalità

di svolgimento del progetto; il rimanente 70 si accontenta di possedere informazioni parziali o inesistenti.

### Aspettative sull'attività volontaria

Come si diceva, il livello di consapevolezza iniziale non è elevato, e così anche le aspettative, infatti più della metà non dichiara specifiche attese sull'attività che svolgerà.

### Aspettative alla fine del progetto

Rispetto agli esiti del progetto, a differenza, le speranze dichiarate mostrano un atteggiamento positivo; più della metà vi legge la possibilità di reinserirsi nella società o di trovare occupazione. Un terzo degli intervistati vede il progetto come fine a se stesso e dichiara di aspettarsi una prosecuzione.

Utilizzando la scala da 1 a 5 è stato espresso il giudizio nei confronti dei seguenti aspetti, successivamente è stata calcolata la media di tutte le risposte.

Insufficiente	Sufficiente	Discreto	Buono	Ottimo
1	2	3	4	5

	MEDIA
Rapporto con gli altri volontari nell'associazione	4,24
Accoglienza all'interno dell'associazione	4,16
Svolgere attività autonomamente	3,44
Difficoltà con la lingua italiana	2,63
Chiarezza sui compiti da svolgere	4,36
Flessibilità orari	4,17
Possibilità di mettere in pratica le abilità possedute	3,16
Possibilità di utilizzare quanto appreso in un lavoro futuro	3,32
Possibilità di imparare nuove cose	2,96
Entrare in contatto con organizzazioni che offrono lavoro	1,28
Rapporto con le persone che entrano in contatto con l'associazione	4,10

**Difficoltà riscontrate**

Nella quasi totalità dei casi le persone intervistate dichiarano di non aver incontrato difficoltà nello svolgimento delle attività loro assegnate; soltanto il 16 % incontra difficoltà specifiche, tutte riconducibili alla propria condizione sociale.

**Affezione al mondo del volontariato**

Gli esiti del progetto sono evidenti, li confermano le risposte alla domanda sull'intenzione a continuare l'attività di volontariato, a cui il 70% risponde in modo positivo, (in particolare se svolto all'interno della medesima associazione) mentre un ulteriore 17% si dichiara disponibile a fronte di un piccolo aiuto economico; soltanto il 13 % "declina l'invito".

**Utilità del progetto**

L'utilità del progetto viene riconosciuta indistintamente; le ragioni di tale consenso, tuttavia si distribuiscono quasi equamente tra coloro che la identificano con il beneficio economico e gli altri che la associano al miglioramento della loro condizione sociale.

# PROFILO DEI VOLONTARI A PADOVA



## PROFILO DEI VOLONTARI A PADOVA

### Introduzione

Alla luce del panorama precedentemente descritto e considerata l'evoluzione che l'impegno volontario sta subendo, il CSV di Padova ha ritenuto doveroso indagare quanto le dinamiche del sistema macro-sociale abbiano tangibili ripercussioni anche a livello locale ed in particolare quale sia la fisionomia del volontariato padovano.

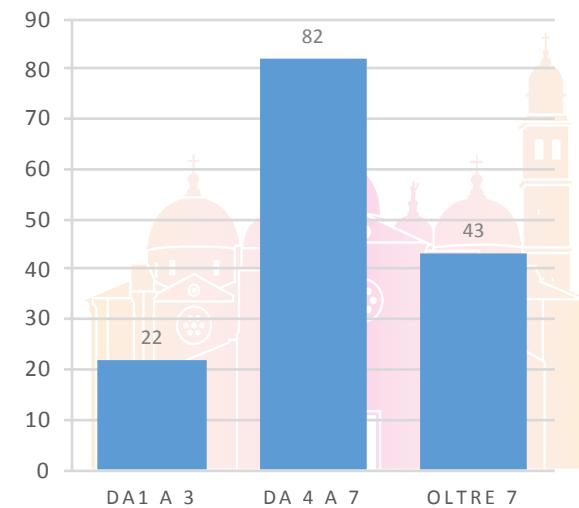
Si è quindi condotta una ricerca con l'obiettivo di acquisire informazioni utili alla comprensione dei principali sviluppi che stanno attualmente caratterizzando il volontariato nella nostra città.

Nel corso del 2019 sono state, quindi, coinvolte 147 associazioni di volontariato e di promozione sociali quali oggetto di indagine qualitativa e quantitativa, esaminandone aspetti anagrafici e modalità d'impegno dei loro aderenti, distinguendo tra componenti degli organi direttivi e volontari.

### Componenti del Consiglio Direttivo

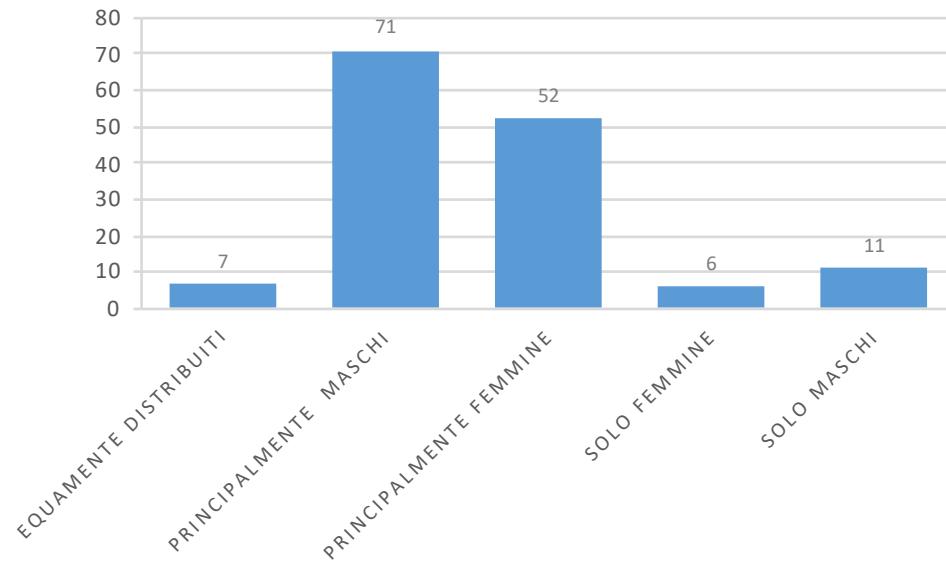
Più della metà delle associazioni intervistate può avvalersi di un consiglio direttivo di media entità (da 4 a 7 componenti), mentre quasi il 30 % delle stesse conta su consigli direttivi molto allargati, contando su più di 7 membri; da cui si deduce una positiva attenzione al tema della rappresentanza e della partecipazione alle politiche decisionali.

Numero componenti Consiglio Direttivo	
Da 1 A 3	22
Da 4 A 7	82
Oltre 7	43
Tot	147



Nonostante quanto sopra, le politiche di genere stentano ancora a trovare terreno fertile nel mondo del non profit: le organizzazioni che possono vantare organi direttivi in cui vi siano equamente rappresentati maschi e femmine sono soltanto 7; nelle restanti invece si nota una netta dicotomia tra associazioni che si avvalgono di componenti esclusivamente o principalmente maschi (82), ed associazioni esclusivamente o principalmente al femminile (52).

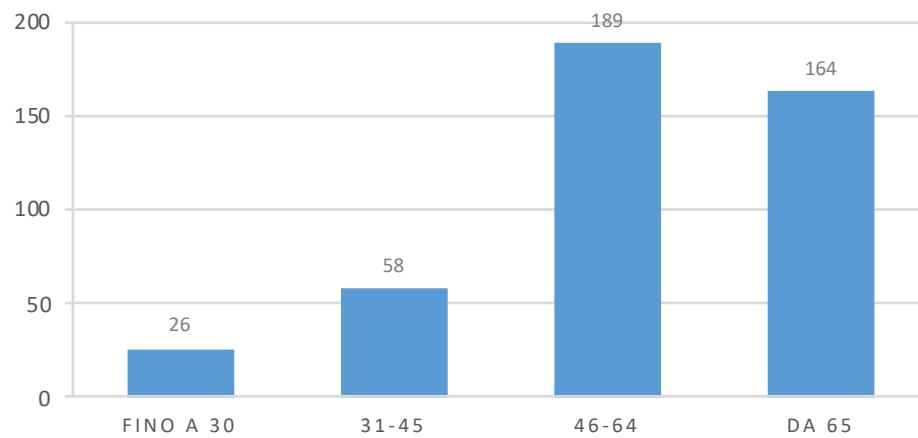
Componenti il Consiglio Direttivo per genere	Val num	Val %
Equamente distribuiti	7	5
Principalmente maschi	71	48
Principalmente femmine	52	35
Solo femmine	6	4
Solo maschi	11	7
<b>Tot</b>	<b>147</b>	<b>100</b>



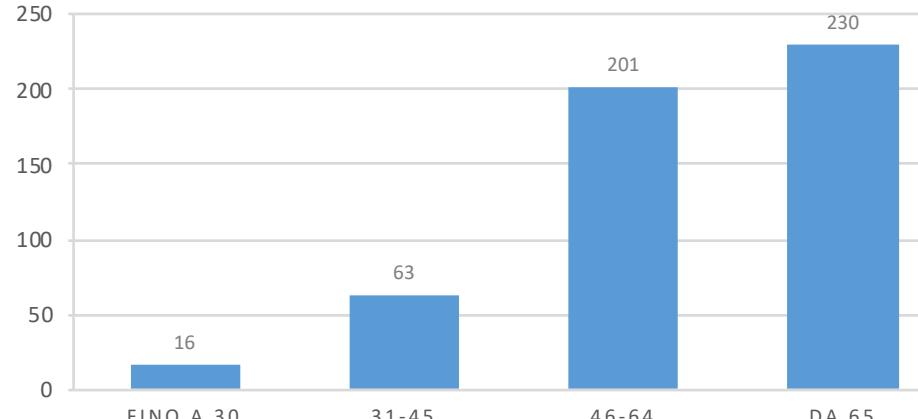
Nonostante la tendenza veda un'evoluzione del volontariato verso espressioni d'impegno decisamente nuove ed innovative, le associazioni strutturate faticano a dare spazio ai giovani; ne sono un esempio le associazioni oggetto della presente indagine: i componenti di età inferiore ai 46 anni, infatti, costituiscono soltanto il 17,2 % del totale. Tra le femmine il numero delle giovanissime si alza di 10 unità rispetto ai maschi.

Età componenti il Consiglio Direttivo						
	Maschi	%	Femmine	%	Tot	Tot %
<b>Fino a 30</b>	16	1,7	26	2,7	42	4,4
<b>31-45</b>	63	6,7	58	6,1	121	12,8
<b>46-64</b>	201	21,2	189	20,0	390	41,2
<b>Da 65</b>	230	24,3	164	17,3	394	41,6
<b>Tot</b>	<b>510</b>	<b>53,9</b>	<b>437</b>	<b>46,1</b>	<b>947</b>	<b>100,0</b>

Età componenti il consiglio direttivo femmina



Età componenti il consiglio direttivo maschi

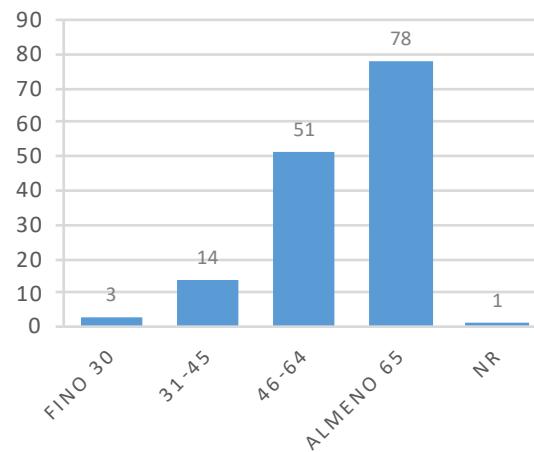


## Il Presidente

A riconferma del fatto che le associazioni faticano ad avviare processi di rinnovamento, sono stati raccolti dati relativi all'età anagrafica dei presidenti, i quali per più della metà hanno età superiore ai 64 anni, seguono i presidenti di età compresa tra i 46 ed i 64, soltanto il 2% può vantare un presidente giovanissimo.

Tabella e grafico: età del presidente

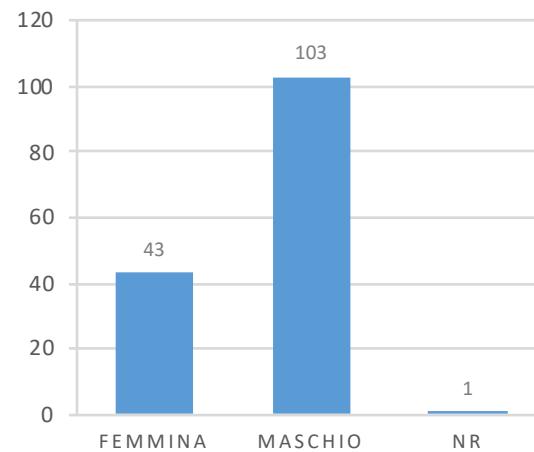
Età presidente	Num	%
Fino 30	3	2,0
31-45	14	9,5
46-64	51	34,7
Almeno 65	78	53,1
NR	1	0,7
<b>TOT</b>	<b>147</b>	<b>100,0</b>



Guardando ai presidenti delle associazioni, i dati relativi al genere sono ancor meno incoraggianti rispetto agli altri componenti del direttivo, con un valore superiore al 70% relativo alla rappresentanza maschile.

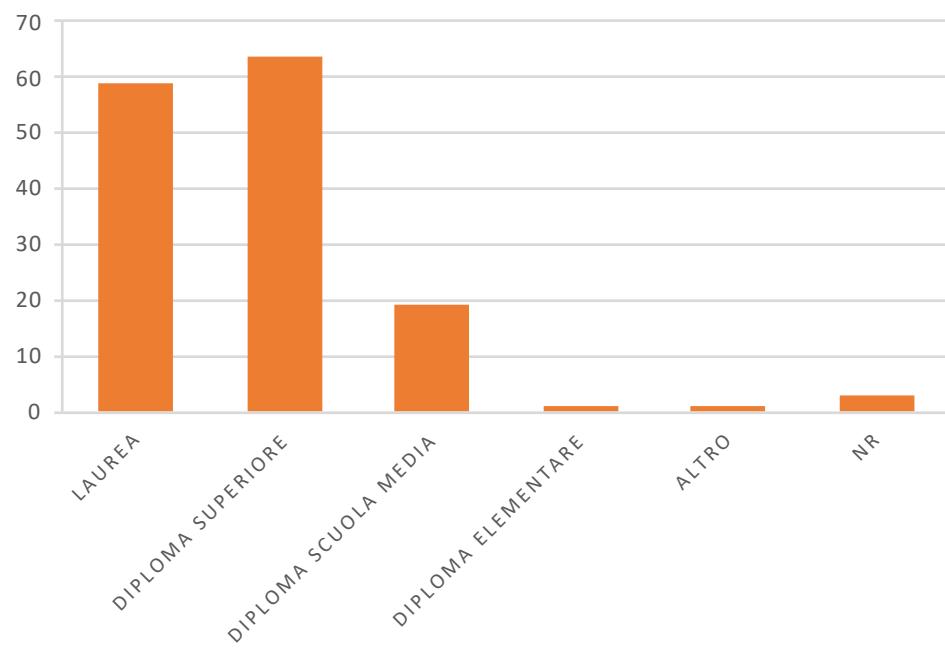
Tabella e grafico: sesso del presidente

Sesso presidente	Num	%
Femmina	43	29,3
Maschio	103	70,1
NR	1	0,7
<b>Tot</b>	<b>147</b>	<b>100,0</b>

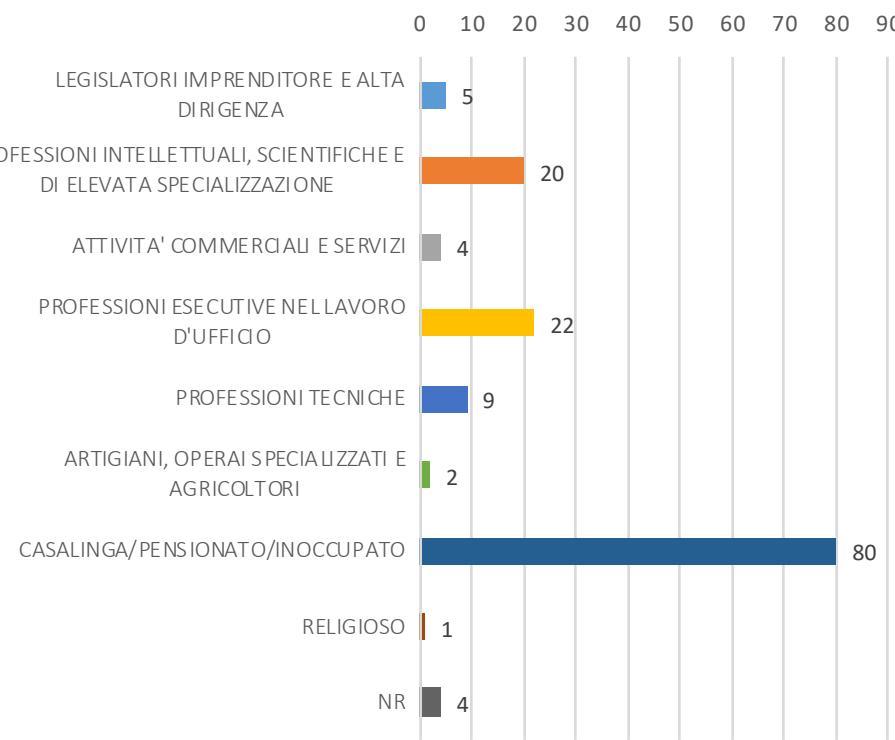


Nella scelta del presidente il livello d'istruzione ed il grado di professionalità hanno un peso notevole, infatti più dell'80% delle associazioni intervistate si avvale di un dirigente con livello d'istruzione medio-alto. Per ciò che concerne la posizione lavorativa, la scelta dell'alta professionalità perde forza di fronte all'elemento "tempo a disposizione" e così si preferisce dare spazio a soggetti in quel momento liberi da impegni lavorativi che possono quindi dedicarsi totalmente all'incarico; tuttavia se si escludono coloro che si dichiarano non impegnati in attività professionali (circa la metà del campione), i restanti svolgono principalmente professioni intellettuali, scientifiche e di elevata specializzazione o professioni esecutive nel lavoro d'ufficio.

Titolo di studio	Val num	Val %
Laurea	59	40
Diploma superiore	64	44
Diploma scuola media	19	13
Diploma elementare	1	1
Altro	1	1
NR	3	2
<b>Tot</b>	<b>147</b>	<b>100</b>



## Condizione professionale presidente



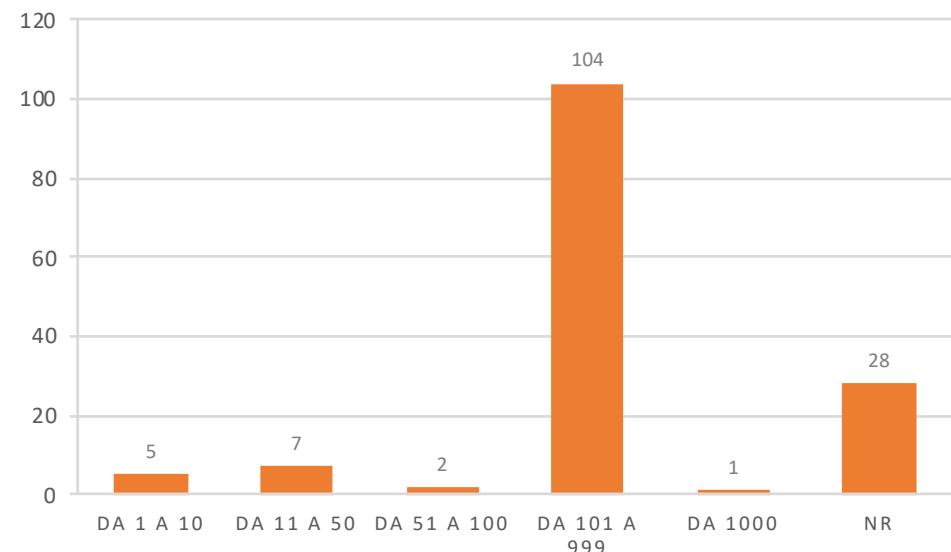
## Gli associati

Tra le associazioni intervistate il 20% circa non risponde alla domanda relativa al numero di associati; i rispondenti dichiarano di avvalersi di un numero di associati molto elevato, per il 71% superiore ai 100 soggetti, mentre soltanto il 9% annovera tra le proprie schiere un numero di volontari inferiore a 100. La prospettiva, guardando ai numeri degli associati, parrebbe assai positiva;

Numero di associati	Val num	Val %
Da 1 a 10	5	3
Da 11 a 50	7	5
Da 51 a 100	2	1
Da 101 a 999	104	71
Da 1000	1	1
Nr	28	19
<b>Tot</b>	<b>147</b>	<b>100</b>

tuttavia, il tema della partecipazione e della rappresentanza torna all'attenzione con toni tutt'altro che rosei quando si analizzano le risposte relative alle assemblee: circa la metà degli intervistati dichiara di riunirsi una sola volta all'anno (assemblea, per altro, prevista obbligatoriamente per l'approvazione del bilancio); all'assemblea partecipano in media soltanto l'8,4% degli associati e solo un terzo delle organizzazioni rilevano la presenza di volontari giovani (<30 anni) in misura inferiore a 6 soggetti per organizzazione.

Grafico: Numero degli associati



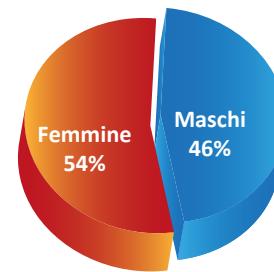
Numero dei volontari attivi

Numero Volontari Attivi	Val num	Val %
Da 1 a 10	39	27
Da 11 a 50	81	55
Da 51 a 100	20	14
Oltre 100	4	3
NR	3	2
<b>Tot</b>	<b>147</b>	<b>100</b>

Se le posizioni direttive sono occupate in modo prevalente da uomini, le schiere dei volontari si suddividono quasi equamente tra i due sessi; se ne deduce che la scelta degli organi di governo non è avulsa da considerazioni di genere.

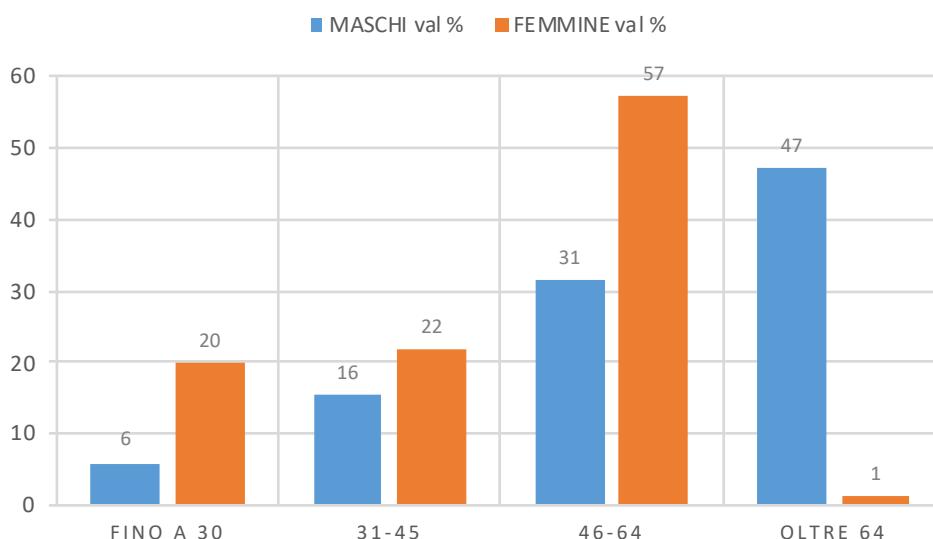
Tabella e grafico: sesso dei volontari

Sesso dei volontari	Val num	Val %
Maschi	1927	46%
Femmine	2239	54%
Tot	4166	100%



Anagraficamente parlando, i volontari confermano i dati relativi ai componenti del consiglio direttivo con una netta prevalenza della fascia d'età 46-64; l'elevata età dei volontari si manifesta con maggiore evidenza tra gli uomini, i quali per il 47% superano i 64 anni. le femmine, al contrario, si trovano maggiormente "spalmate" in fasce d'età inferiori (il 99% non supera i 64 anni).

Età dei volontari	Maschi val %	Femmine val %
Fino a 30	6	20
31-45	16	22
46-64	31	57
Oltre 64	47	1
Tot	100	100,0



Se all'interno delle associazioni le posizioni dirigenziali sono occupate principalmente da soggetti con istruzione superiore o elevata, le schiere dei volontari presentano livelli d'istruzione spalmati in tutte le tre opzioni.

Tabella e grafico: titolo di studio dei volontari

Titolo di Studio dei volontari	Maschi val %	Femmine val %	Tot%
Laurea	24,8	31,0	27,9
Scuola superiore	36,6	38,2	37,4
Scuola Media	34,7	25,4	30,1
Altro	4,0	5,4	4,7
Tot	100,0	100,0	100,0

■ MASCHI val % ■ FEMMINE val %

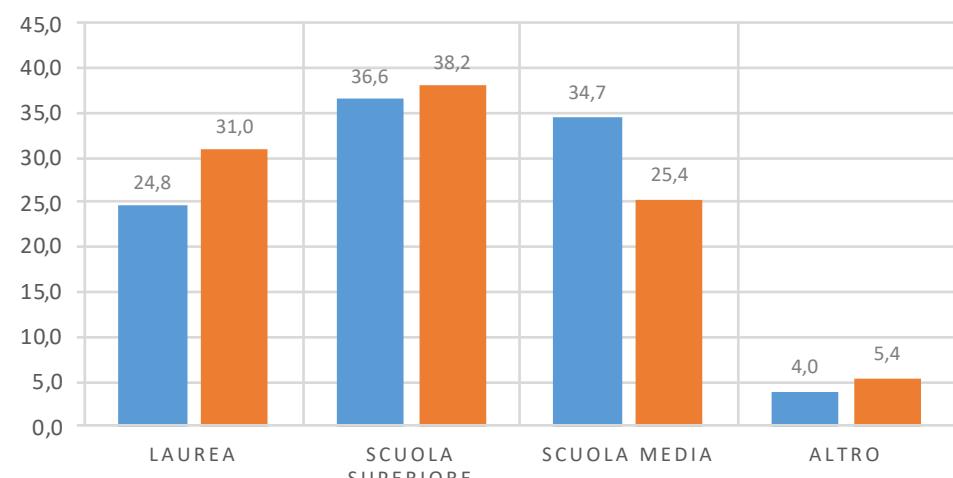


Tabella e grafico: posizione occupazionale dei volontari

Posizione Occupazionale	Maschi val %	Femmine val %
Studente	4,1	8,0
Occupato	34,5	33,4
Disoccupato	2,0	5,6
Pensionato	58,4	45,2
Altro	1,0	7,9
	100,0	100,0

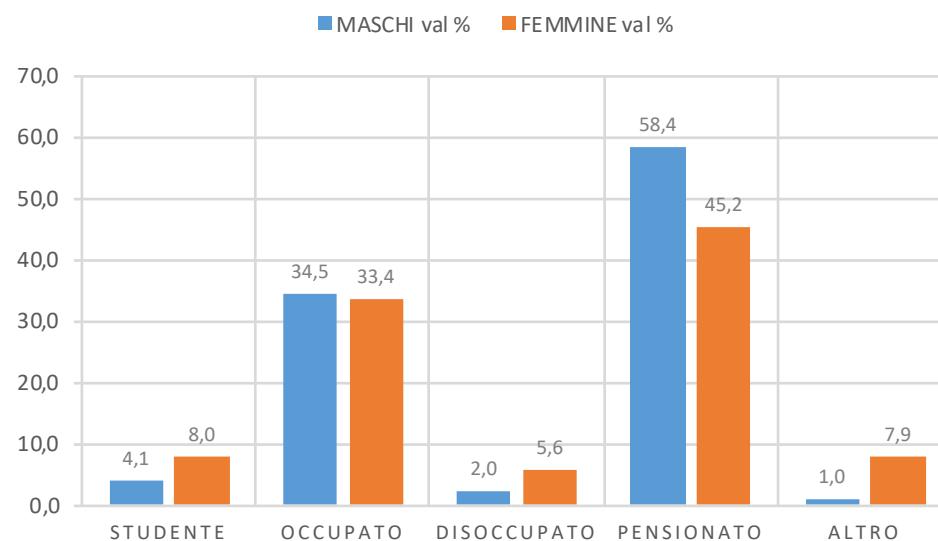


Tabella e grafico: modalità d'impegno dei volontari

Modalità d'impegno	Maschi val %	Femmine val %
Sistematico	25,0	36,0
Occasionale	19,0	20,0
Tot	100,0	100,0

■ SISTEMATICO ■ OCCASIONALE

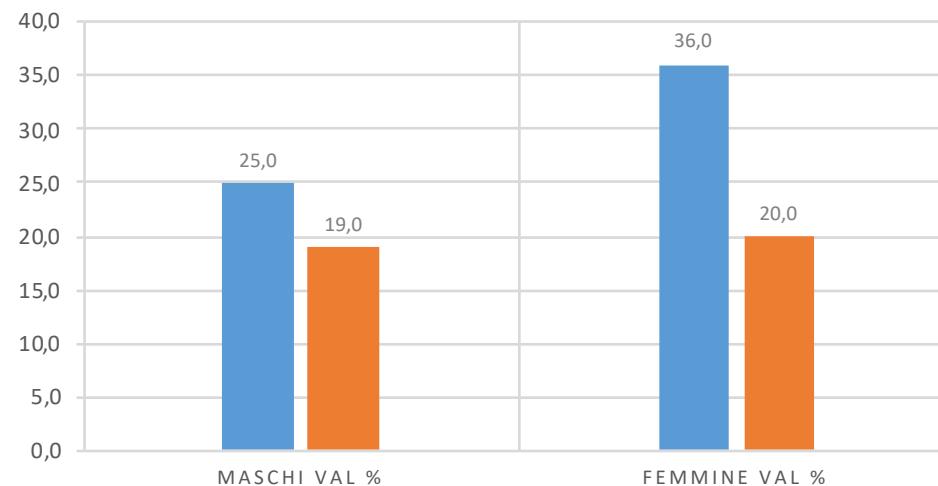
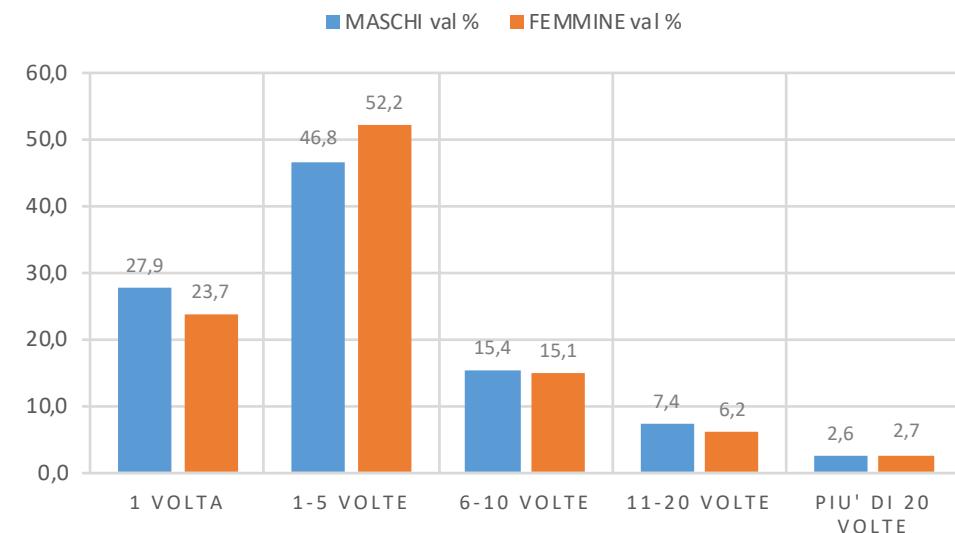


Tabella e grafico: frequenza settimanale

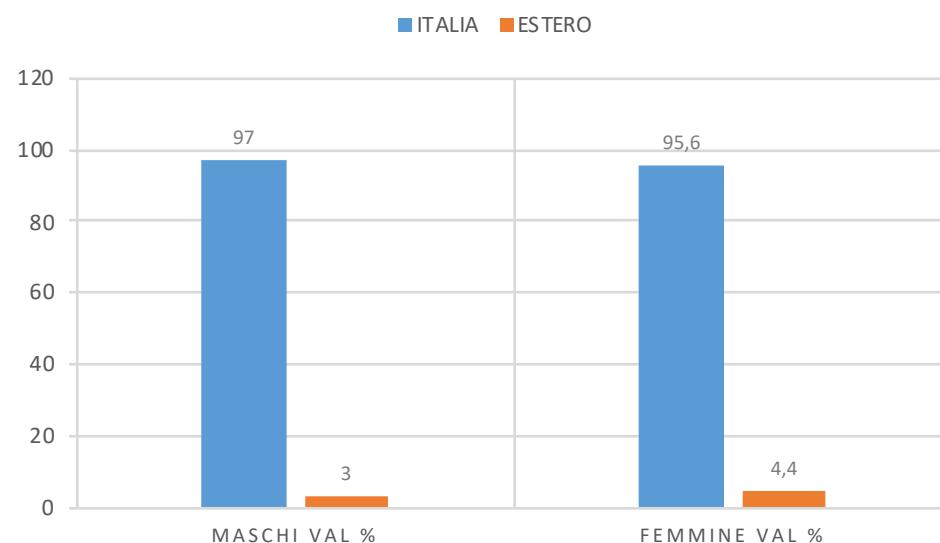
Frequenza settimanale	Maschi val %	Femmine val %
1 volta	27,9	23,7
1-5 volte	46,8	52,2
6-10 volte	15,4	15,1
11-20 volte	7,4	6,2
Più di 20 volte	2,6	2,7
	100,0	100,0



Da alcuni anni l'obiettivo dei ricercatori sociali è puntato sul fenomeno dell'impegno volontario dei migranti, trend che ha rovesciato il punto di vista rispetto alle ricerche condotte in passato, divenendo, le persone di origine straniera, non più beneficiari di interventi ma impegnati in prima persona in associazioni di volontariato; tale visione, infatti, sottintende risultati importantissimi sul piano del pieno inserimento nella società e della partecipazione dei migranti. Tra le associazioni intervistate, tuttavia, la presenza di persone provenienti da altri paesi riguarda soltanto il 3,7 % con una leggera predominanza di donne; tale dato, se pur riferito ad un campione, confuta in negativo un andamento crescente a livello nazionale.

Tabella e grafico: provenienza dei volontari

Provenienza	Maschi val %	Femmine val %
Italia	97,0	95,6
Esterio	3,0	4,4
Tot	100,0	100,0

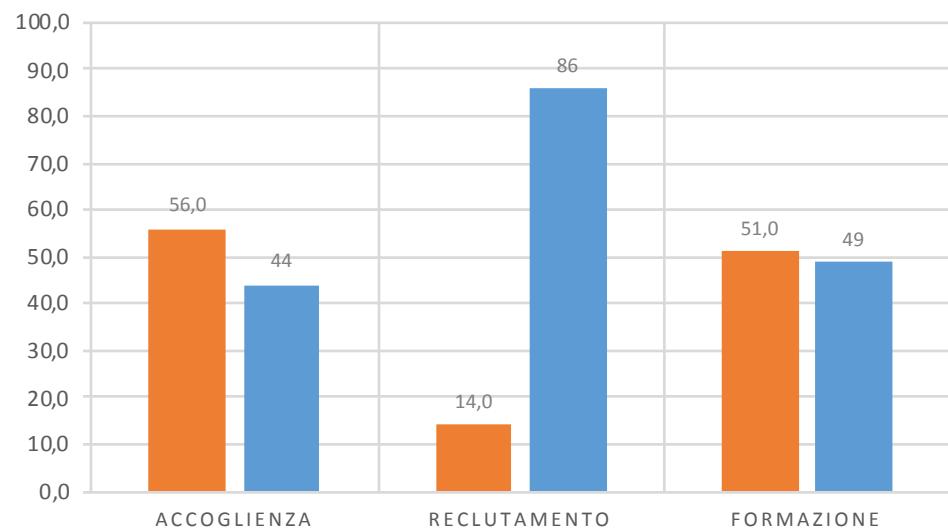


Per approfondire le ragioni della difficoltà di rinnovamento tra le schiere dei volontari e della scarsa partecipazione di questi all'attività di governance abbiamo chiesto quali fossero gli interventi strutturati e sistematici che le associazioni dedicavano in modo specifico ai volontari: dalle risposte raccolte si evince che, se i temi dell'accoglienza e della formazione vengono considerati necessari dalla metà degli intervistati, al contrario le organizzazioni che investono in azioni organizzate di reclutamento volontari sono assai rare (14%).

Tabella e grafico: attività dedicata ai volontari

Attività dedicata ai volontari	Sì (Val %)	No (Val %)
Accoglienza	56	44
Reclutamento	14	86
Formazione	51	49

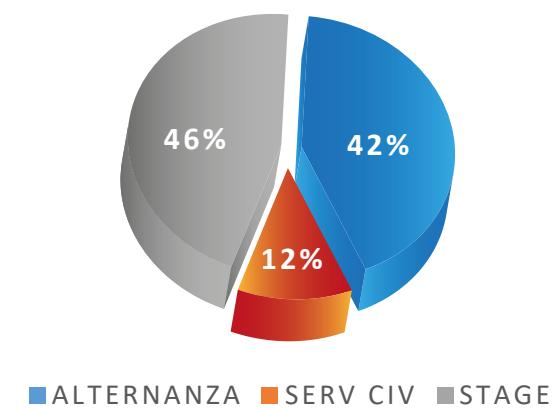
SI (VAL %) NO (VAL %)



Con l'obiettivo di sondarne il grado di accoglienza nei confronti del mondo giovanile, abbiamo chiesto agli intervistati se vi era stata, nell'ultimo anno, all'interno dell'associazione, la presenza di giovani tramite progetti specifici, quali: alternanza scuola-lavoro, Servizio Civile, stage e tirocini scolastici o universitari.

Le associazioni che hanno accolto giovani in alternanza scuola-lavoro sono 14; queste hanno dato spazio a 48 studenti. Le organizzazioni che hanno attivato progetti di Servizio Civile (si tenga in considerazione che si tratta di un percorso notevolmente più impegnativo rispetto alle altre forme di accoglienza esaminate) sono soltanto 4 per 13 giovani ed infine 28 giovani hanno trovato collocazione per svolgere stage/tirocini in 15 associazioni.

Presenza di altri giovani	Numero associazioni	Numero soggetti
Alternanza	14	48
Serv CIV	4	13
Stage	15	28



Per concludere, è stato chiesto alle associazioni di descrivere quali fossero le maggiori difficoltà incontrate nel coinvolgimento di volontari giovani. Abbiamo raccolto 61 risposte.

Gli intervistati attribuiscono le cause dell'assenza di giovani quasi esclusivamente l'atteggiamento ed alla mancanza di volontà degli stessi o a questioni contingenti indipendenti dalle politiche dell'organizzazione:

la maggior parte (41%) ritiene che gli impedimenti riguardino principalmente le finalità statutarie, l'area di intervento o l'utenza a cui si rivolgono, che, a loro avviso, non incontra l'interesse dei ragazzi;

il 28% dichiara trovarne le ragioni nella mancanza di tempo dei giovani, i quali sarebbero impegnati in attività professionali o di studio e non potrebbero dedicare il tempo necessario all'organizzazione;

Il 15% legge in termini negativi la propensione degli under 30 a svolgere mansioni molto operative, immediate a preferire modalità d'impegno "spot" piuttosto che obblighi continuativi e sistematici;

Soltanto il 16 % delle associazioni si assume la responsabilità, dichiarando la mancanza di programmi di reclutamento volontari e di risorse da investire nell'accoglienza, formazione e gestione.

## VOLONTARIATO D'AZIENDA E WELFARE AZIENDALE



## Welfare community: cosa si intende e differenze con welfare state

*La crisi economica e la crisi della politica ha sempre più dato ossigeno a questa realtà - Webeconomia.it - Luca Scialò 30/04/2016*

Per realizzare una welfare community occorre superare il concetto di Stato. Negli ultimi decenni abbiamo assistito a fenomeni che hanno sempre più messo in **crisi il Welfare state**. Ossia, quel sistema di misure atte a dare **sostegno sociale ed economico** a chi è in difficoltà: indigenti, meno abbienti, nuovi poveri. Questi fenomeni sono senza dubbio la **crisi economica**, che ha investito anche le istituzioni, le quali come primo atto tendono a tagliare i servizi in favore dei meno fortunati. E la **crisi della politica**, sempre meno dotata di moralità e solidarietà, protesa com'è alla propria autoconservazione. In questi anni sta prendendo dunque sempre più valore la necessità di creare una Welfare community, che sostituisca l'ormai superato Welfare state. Ma cosa si intende per **Welfare community**? E cosa la differisce dal secondo? Vediamolo di seguito.

### Welfare community come risposta alla crisi della politica

La politica ha finito per rivestire sempre più un ruolo fondamentale all'interno del proprio ordine, in quanto in esso agiscono le istituzioni deputate alla definizione delle regole del gioco, che tuttavia è soltanto uno dei tanti ordini che nella società aperta è chiamato a confrontarsi con gli altri. In una società aperta, definita anche Big Society o Great Society, abbiamo a che fare con tanti tipi di ordini e quindi quello politico è solo uno dei tanti legami necessari, ma non di certo esaustivo. Né tanto meno esaurisce l'ambito del civile e neppure può pretendere di omogeneizzarlo mediante la legge. Di qui la necessità di andare oltre, ricercare una "soluzione civile" piuttosto che politica. Occorrerebbe pensare anche ad un altro principio di sussidiarietà che deve essere nelle sue dimensioni orizzontali e verticali, un'esigenza di raccordo degli ordini civili, articolati in modo che nessuno possa avanzare la pretesa di possedere il monopolio sul civile. Una sorta di richiamo continuo ad un coordinamento degli ordinamenti che operano nella società civile e degli attori che in essa sono protagonisti. Si avrebbe così il passaggio dal government alla governance.

### Welfare community: il ruolo della società civile

Negli ultimi anni, anche in politica, si è sentito troppo spesso abusare di espressioni quali società civile e cultura civile. Ad ogni tornata elettorale, sentiamo parlare di liste civiche, società civile. Termini che stanno finendo

per diventare retorici, specchietti per le allodole usati dai partiti per fingere una nuova verginità. Una parvenza di pulizia interna. Ponendosi come suoi interpreti unici e, ça va sans dire, più autorevoli. Invece, occorrerebbe impegnarci seriamente a riflettere su che cosa sia il “civile”, capire che cosa intendiamo realmente per “civile”. Ora, nella storia delle idee sappiamo che tutti, in qualche modo, si sono richiamati alla nozione di “civile”. Sappiamo però che il civile di Hobbes **non era lo stesso** di De Mandeville o di Smith o di Marx o di Hegel e via dicendo. Quindi, che cosa intendiamo realmente per società civile? Se per essa intendiamo una realtà nella quale il più forte prevarica necessariamente sul più debole e, di conseguenza, assumiamo una antropologia e una prospettiva di **tipo hobbesiano**, quale welfare society, quale welfare community potremmo mai immaginare? La risposta è evidente, nessuna. Possiamo immaginare soltanto un welfare state pesante, rigido, che tutto ingloba e che tutto fagocita. Utilizzando quest'ultimo modello, la cultura civile starebbe alla base della legittimazione politica. Ovvero, la politica **si servirebbe** della società civile per legittimare l'ordine politico. Pertanto, se continuiamo a relegare la Welfare community come un Welfare state appena un po' più liberale, non riusciremo mai a realizzarlo realmente. E con esso, non ci sarà mai spazio davvero per la società civile e per l'economia civile. Che resteranno solo parole vuote, buone per **retorici slogan elettorali** in campagna elettorale.

Se non riusciamo a superare l'antitesi tra i due modelli di welfare, non ci sarà spazio per la **sussidiarietà** e sarà negata la **poliarchia**. Quindi, avremo sempre bisogno di un **sistema politico invadente** che non si limiterà a regolare i processi, ma che avvertirà come sua missione e vocazione imprescindibili omogeneizzare le culture, i valori, gli interessi e di fagocitare la libertà dei corpi intermedi non omogeneizzabili. Una società civile vera e propria, è invece quella che si pone come argine critico all'ordine politico. Una sorta di diga affinché la politica non fagociti tutto il resto. Il Professor **Pierpaolo Donati** ha già ben descritto il processo di **depotenziamento** del ruolo della società civile, affermando che essa, intesa come «pluralismo delle formazioni sociali autonome coesistenti e collaborative ai fini del bene comune è andata deperendo, soprattutto nella legittimazione, nella capacità e nelle risorse organizzative; nel nostro Paese, si traduce in una commedia tragicomica. La società civile viene esaltata solo per essere usata come strumento di un gioco di potere per la conquista dello Stato». Ecco che per realizzare una Welfare community occorre ridare il ruolo originario alla società civile.

### **Per realizzare una welfare community occorre superare il concetto di Stato**

Per Welfare community si intende dunque una **società aperta**, dove gli ordini interagiscono e sono tutti sullo stesso livello, senza gerarchie. Si basa su un il modello poliarchico e sussidiario, aperto, dove i cittadini sono gli **attori principali** e non più visti come **sudditi** da sottoporre a leggi. Come appunto li vedeva Hobbes nel suo Leviatano.

## L'Economia della Coesione nell'era della vulnerabilità

A cura di Paolo Venturi e Sara Rago

I cambiamenti in corso nelle modalità di produzione di valore esigono l'implementazione di nuovi modelli di sviluppo che facciano del perseguitamento del ben-essere il loro obiettivo primario. Il tradizionale modello dicotomico, che riduce e confina la generazione di ricchezza all'interno del mercato e l'attuazione di policy per l'equità e la coesione sociale all'interno della sfera statuale, costituisce un freno allo sviluppo. Sempre più stringente e, infatti, la necessità di uscire da modelli di produzione del valore che contemplano una logica verticale secondo cui i soggetti for profit generano valore economico, i soggetti della società civile producono beni relazionali e le istituzioni pubbliche creano beni pubblici.

Lo scenario economico e sociale in mutamento mette in crisi questi tradizionali sistemi e pone in luce in misura crescente l'importanza di individuare modelli socio-economici in grado di affrontare l'emergenza in termini di deficit di coesione sociale che anche il nostro Paese è chiamato a risolvere. Oggi il tema della coesione sociale va perseguito soprattutto attraverso nuovi modelli di sviluppo, cioè a dire che la rigenerazione dei tessuti sociali passa anche dal modello economico (economia della coesione) e dall'individuazione di nuovi meccanismi di produzione del valore. La coesione diventa, quindi, elemento fondamentale nella competitività dei territori e, di conseguenza, della tipologia di tessuto imprenditoriale in essi presente.

Se il mercato è inteso non meramente come luogo di scambio di beni e servizi, bensì come fattore di umanizzazione in quanto istituzione che consente ad una pluralità di soggetti di sopravvivere ed esprimersi secondo il principio della libertà di impresa, allora la fiducia, elemento fondamentale per il corretto funzionamento del mercato così inteso, va alimentata attraverso la promozione di relazioni tra singoli ma ancor più tra istituzioni (economiche e non) al fine di rinsaldare quel legame tra società civile, società politica e società commerciale in grado di produrre valore per la società ai diversi livelli.

Per ricostruire i legami di fiducia tra persone che vivono nell'attuale passaggio d'epoca e urgente ripartire dal riposizionamento del discorso economico sulla categoria di bene comune. Beni comuni oggi sono l'ambiente, l'acqua, il territorio, ma anche la conoscenza, la biodiversità, la cultura e l'identità. Tali beni, per le loro caratteristiche proprie, necessitano di una modalità di gestione che si basi su puntuali pratiche di condivisione. In particolar modo, il modello cooperativo, che sta attraversando un momento di passaggio che ne vede l'applicazione in nuovi ambiti di attività, costituisce il modello alla

base di quella che oggi va sotto il nome di economia della collaborazione (sharing economy). I beni della comunità, in quanto tali, devono essere gestiti attraverso modelli di governance che includano diverse categorie di "portatori di interesse" (multistakeholdership), che oltre ad organizzare l'offerta siano in grado anche (e soprattutto) di prestare attenzione al lato della domanda intercettandone il senso a partire dai bisogni delle comunità in cui quei beni sono inseriti. Per questa ragione le organizzazioni dell'Economia Civile, che basano il loro agire sul principio di reciprocità, si candidano come principali soggetti in grado di ripensare il rapporto tra economia e società, basato sulla creazione di legame sociale.

### **La rilevanza delle organizzazioni dell'Economia**

Civile all'interno dei meccanismi di produzione di valore e il crescente ruolo che queste hanno nella gestione dei beni comuni si traduce in una crescente attenzione rispetto all'impatto sociale che tali soggetti generano con il proprio operato nei confronti delle comunità di riferimento.

Il tema dell'impatto, ovvero delle ricadute e dei cambiamenti prodotti nel lungo periodo, si lega – anche all'interno della Riforma del Terzo settore in corso – con il tema della misurazione dello stesso e pone le organizzazioni dell'Economia Civile davanti a sfide ed opportunità che esse non possono non cogliere. In particolar modo, la questione della misurazione dell'impatto generato si colloca nella prospettiva del passaggio da un welfare redistributivo ad un welfare generativo e, specialmente, all'interno della riflessione sull'individuazione di una modalità di finanziamento dei servizi sociali che tenga conto dei crescenti tagli della spesa pubblica e dell'ampliamento costante della platea dei vari portatori di bisogni.

### **1. Dall'esecuzione alla trasformazione: nuovi meccanismi di produzione del valore sociale e la sfida della Riforma del Terzo settore**

La prospettiva di osservazione del processo di cambiamento in atto – un cambiamento che porta alla realizzazione di nuovi paradigmi per la produzione di valore aggiunto –, si muove nella direzione di un processo di co-evoluzione. In tal senso, il valore aggiunto e la risultante dell'interazione di una pluralità di soggetti imprenditoriali caratterizzati, da un lato, dalla maggiore propensione ad incorporare valore sociale nei prodotti e servizi offerti e, dall'altro, protagonisti attraverso l'innovazione tecnologica di nuovi meccanismi coesivi che coinvolgono la comunità all'interno di quelli che molti chiamano la "IV rivoluzione industriale".

La Sessione di Apertura è stata, inoltre, occasione per riflettere sullo stato di avanzamento dei lavori della Riforma del Terzo settore, oggi quanto mai necessaria per un ecosistema di policy che abilitino e supportino il cambiamento promosso da nuove forme di economia della coesione.

## **2. Dalla Comunanza all'Economia dei Beni Comuni**

Lo schema di classificazione tradizionalmente utilizzato in economia basato sulle caratteristiche di (non) rivalità e (non) escludibilità, mentre è adeguato a definire e differenziare i beni privati e i beni pubblici, non è in grado di cogliere la natura e le peculiarità di quelli che sono i beni comuni.

Il beneficio che la persona ricava dal bene comune, infatti, si materializza insieme a quello di altri e per ciò può essere definito anche come bene relazionale. Sono i principi di reciprocità, alla base dei beni relazionali e del co-operare, che permettono di favorire la produzione dei beni comuni e, per tale ragione, una gestione efficace di tali beni deve necessariamente essere di tipo comunitario. In altre parole, la società civile organizzata deve essere componente trainante nell'ideazione di forme inedite di gestione dei beni comuni.

La Sessione pomeridiana è stata spunto per proposte capaci di immaginare, nelle condizioni storiche attuali, percorsi per una efficace gestione dei beni comuni, che si manifestano soprattutto in particolari settori quale, ad esempio, quello culturale, individuando altresì anche modalità per perseguire la sostenibilità economica di percorsi che spesso nascono in aree interne del Paese piuttosto che in aree urbane interessate da processi di rigenerazione.

## **3. Generare e misurare l'impatto sociale**

All'interno dei mutamenti in atto nello scenario economico e sociale del nostro Paese, si sta modificando il ruolo dei soggetti dell'Economia Civile, che essendo protagonisti nella produzione di utilità sociale, si trovano sempre più a confrontarsi con il tema dell'impatto sociale da essi generato. Il passaggio da welfare redistributivo a welfare comunitario, basato sul principio di sussidiarietà circolare in cui i cittadini sono coinvolti nel processo di pianificazione e di produzione dei servizi (co-produzione), sposta l'attenzione sul tema della valutazione. Se prima, infatti, l'attività di rendicontazione dei soggetti del Terzo settore era sufficiente per dare evidenza del loro operato, oggi occorre dare valore (ovvero valutare) alla trasformazione positiva generata dai soggetti dell'Economia Civile.

Di conseguenza, si rende necessario, da un lato, costruire nuove modalità di generazione del valore, mentre, dall'altro, individuare criteri per poter misurare l'operato delle organizzazioni dell'Economia civile e attribuire un

valore in grado di orientare le loro scelte operative.

La Sessione ha permesso di esaminare criticamente rischi e opportunità di questi nuovi modelli di finanziamento e di riflettere come supportare un nuovo ciclo di innovazione sociale attivato dall'Economia Civile in un contesto profondamente segnato da cambiamenti strutturali.

## Dalla crisi del capitalismo alla nuova economia comunitaria

di Enzo Rissi

Delusi dal capitalismo. Frustrati dalle promesse non mantenute di benessere e facilità. Esasperati dalla ricerca esasperata del profitto e dal mito dei mercati che si autoregolano.

Affaticati dalla filosofia del disimpegno, della flessibilità e dell'outsourcing; gli italiani hanno iniziato a cercare strade alternative. Non siamo di fronte a una nuova stagione di anticapitalismo ideologico, ma siamo testimoni di un'evoluzione del sistema attuale. Alla base di tale processo c'è l'intersecarsi di tre potenze: la crisi, le opportunità offerte dal web, il bisogno di "comunità-gruccia" (per dirla alla Bauman) alle quali appendere preoccupazioni e aspirazioni. Il tema non è esclusivamente italiano, ma è globale. Robert Reich, nel suo ultimo libro, si chiede "come salvare il capitalismo". Altri, ponendo lo sguardo alla dimensione dei mercati, parlano di finanzcapitalismo, ultracapitalismo o ipercapitalismo. I puri del liberismo, per parte loro, rassicurano sul post crisi, sul fatto che "nulla è cambiato" e sul ritorno al futuro dell'attuale sistema.

In realtà le cose stanno mutando e anche velocemente.

Nella società crescono nuove micro-economie quotidiane e nuove esperienze d'impresa. Siamo ai primi passi di una nuova fase. L'universo economico post crisi non manda in scena solo la ripresa dei consumi, ma porta alla luce un bricolage di modi di fare economia e impresa. Prende forma, nella società reale, un nuovo pezzo di mercato, una nuova economia cooperativa, comunitaria, collaborativa e della condivisione: la Nec. Si tratta di una dimensione che salda diverse esperienze (nuove e storiche): dall'economia cooperativa che da sola vale il 7-8% del Pil), a quella civile, dal ritorno a stili legati al riuso e al non-spreco, alle microproduzioni locali e comunitarie, passando per la vorticosa crescita delle esperienze della sharing economy (sono state censite 111 piattaforme attive nel 2015) e per la corsa delle nuove forme di web imprenditorialità.

La Nec è una pulsione che affiora dall'economia reale, non una teorizzazione. In essa si saldano molteplici dinamiche: la spinta dal basso a fare impresa, il bisogno di affermare nuove forme di imprenditorialità, la necessità di insediare nel mercato un germe di spirito cooperativo e collaborativo. La Nec è un bricolage economico, sospinto dalla necessità di risparmiare, dal bisogno di rispondere alle necessità inevase dal mercato (o proposte a caro prezzo), dall'urgenza di trovare una risposta "umanistica" al tema del fare business oggi. La nuova economia cooperativa è comunitaria non è "anti", non segna la "fine" di qualcosa (men che meno del capitalismo): essa amplia ulteriormente

il pluralismo del mercato e, al contempo, cerca di instillare, nel mercato e nel fare impresa, dosi di sostenibilità (ambientale e sociale), di sobrietà e senso del giusto; ma cerca anche di limitare le pulsioni sprecone e profittatrici; di unire fiducia e vicinanza; di saldare esperenzialità e trasparenza, ricerca del profitto e attenzione alle persone.

La Nec è un modus operandi economico, caratterizzato dal senso pragmatico-comunitario, dalla capacità di sviluppare legami con il locale (l'80% delle piattaforme di sharing ha una dimensione "local"); dalla valorizzazione della filosofia mutualistica e della missione cooperativa; dalla pulsione imprenditoriale orizzontale e democratica. Gli italiani, ad esempio, sono attratti dalle piattaforme sharing (Uber, BlaBlaCar, Airbnb, ecc.) e sono entusiasti delle possibilità che offrono, ma, al contempo, sono dubiosi sul modello d'impresa cui pretendono. Per il 60%, infatti, lo spirito sharing impone un modello aziendale cooperativo, non una S.p.a. o una S.r.l. Un modello che consenta ai fruitori di partecipare alle scelte e alla distribuzione dei benefici. La condivisione, come si suol dire, deve essere su tutto.

La rilevazione effettuata da SWG in occasione della XV edizione de "Le Giornate di Bertinoro per l'Economia Civile" riguarda un lavoro sulle trasformazioni nelle percezioni nel rapporto tra le persone e l'economia. L'obiettivo era quello di capire se nella società sta crescendo un processo alternativo o comunque differente dalla visione classica del capitalismo. In particolare, si è cercato di capire se il dibattito su temi quali beni comuni, economia cooperativa ed Economia Civile segue quanto si sta costruendo nella realtà oppure rappresenti qualcosa di diverso. Il 19% delle persone intervistate ritiene che il modello capitalista sia entrato in crisi definitivamente, il 38% ritiene che il capitalismo stia vivendo una crisi passeggera, superata la quale poi tutto tornerà come prima e un altro 27% dice che è entrato in una fase di crisi degenerativa con rischio di terza guerra mondiale. C'è quindi una convinzione maggioritaria che il modello tradizionale sia entrato in crisi e che sarà pertanto difficile tornare ai fasti del passato.

Per il 30% degli italiani il motivo di ciò è legato alla presenza di forti disuguaglianze, ossia per l'eccesso di ricchezza concentrata nelle mani di pochi. Un altro 22% ritiene che il mercato è organizzato dai possessori di grandi ricchezze che hanno soltanto l'obiettivo di arricchirsi ancora di più. La metà, quindi, dell'opinione pubblica ritiene che la crisi sia determinata dal fattore strutturale su cui è costruito il sistema attuale.

Si è cominciato, inoltre, a ragionare su come e concepita l'economia della condivisione, se essa corrisponde effettivamente ad un concetto di capitalismo collettivo anche per l'opinione pubblica così come lo è per chi si riconosce

in essa. L'economia della condivisione non è percepita come anti-capitalista o anti-mercato, piuttosto è qualcosa di ben chiaro, ovvero un'economia che genera nuova comunità. Un'economia strutturalmente comunitaria, che da vita ad un percorso di nuova economia che si basa sulla capacità e la possibilità delle persone di essere attive e partecipi. Tra i fattori potenzialmente importanti per lo sviluppo di un'economia comunitaria, è molto interessante un aspetto in particolare: e, infatti, il mutuo aiuto, l'elemento segnalato come caratterizzante l'idea di una nuova economia comunitaria (Figura 1). A seguire, gli ulteriori tratti distintivi sono rilevati nella condivisione dei servizi e nella cooperazione nell'acquisto di beni e servizi; questi sono segnali valoriali che dovrebbero essere fortemente indicativi per il movimento cooperativo. La gestione dei beni comuni è al quarto posto.

Al fine di comprendere quali aspetti e attività, le persone ritengono importanti per il futuro dell'economia globale, si è riflettuto non solo sugli aspetti minimi ma anche su quelli più ampi. È emerso come, per un cambio dell'economia, ossia per cominciare a gestire in un modo diverso l'economia, secondo l'opinione pubblica, diventano importanti i gruppi di acquisto solidali, il crowdfunding, la banca del tempo, il car sharing, l'orto urbano, i co-working: tutte cose che mettono insieme e fanno condividere le esperienze da parte delle persone e le fanno cooperare nel gestire insieme le cose. Il valore di questa nuova forma di economia si situa soprattutto in tre elementi: ha un valore ambientale, un valore educativo, ovvero e volta a costruire una società migliore, ed un valore comunitario, cioè fa stare insieme le persone ed alimenta i livelli di solidarietà (Figura 2). Parlando di economia comunitaria, il riferimento non è ad un'economia anti-capitalista, tanto è vero che il valore antisistema è l'ultimo ad essere citato; piuttosto si sta parlando di una spinta, interna alla società, tale per cui le persone cominciano a riconnettersi tra di loro non per mere azioni di volontariato, ma per generare economia. E nel fare economia, fanno anche volontariato, solidarietà, mutuo aiuto: fanno comunità. Il cuore di questo processo è che ciò che conta è cooperare e condividere, quindi collaborare insieme.

Indagando tra le motivazioni per cui le persone sono spinte all'utilizzo di servizi dell'economia della collaborazione è emerso come le ragioni non siano solo o principalmente di natura economica. Il risparmio esiste, ma la vera ragione è che di base le persone cominciano a connettersi con gli altri anche per ridurre lo spreco di risorse ambientali, per superare norme e burocrazia ed alimentare la fiducia negli altri. Il valore della sharing economy, quindi, non può essere ridotto alla mera dimensione economica, ma diventa un mezzo per stare con gli altri in modo diverso e per poter fare economia con altre persone.

E' anche interessante osservare su che cosa sono disponibili le persone a condividere, elemento dal quale traspare la storia del nostro paese: al primo posto, infatti, vogliono condividere conoscenza e saperi, prima ancora dei beni e dei servizi. Qualche malizioso potrebbe sostenere che sia così perché tanto non costano nulla ed è pertanto facile: è esattamente il contrario, perché condividere conoscenza e saperi è alla base della costruzione di una comunità. Quella delle abilità professionali è, invece, la seconda categoria che si è disposti a condividere.

Da tempo ormai si sente sempre più parlare di Uber piuttosto che di Bla Bla Car – che, peraltro, dopo le numerose critiche che sono state fatte in termini di scarsa trasparenza nell'operare, ora ha introdotto in Italia la "tassa" per i passaggi, quindi il pagamento non avviene più tra persone come prima, ma tramite una transazione online per cui Bla Bla Car trattiene una fee. Quando si chiede all'opinione pubblica se un'impresa della sharing economy debba avere una struttura societaria capitalistica classica o invece una forma cooperativa, il 61% indica l'impresa cooperativa, mentre solo 18% le imprese di capitali.

Il dato di fondo più interessante sul ruolo e la fiducia che c'è nel movimento cooperativo risiede in questa informazione. Se si dicesse che la fiducia nel movimento cooperativo oggi è al 45-50% e quella nelle imprese di capitale è al 25%, ciò non renderebbe conto del valore del ruolo del movimento cooperativo quanto invece rende il vedere che nel momento in cui si parla di nuova economia, di possibilità di gestire in modo diverso servizi e beni, il modello con cui farlo e il modello in cui le persone possono partecipare, esprimere il proprio voto, decidere e partecipare anche alla divisione degli utili.

Il 62% degli italiani indica che la sharing economy è oggi (e per il futuro lo sarà sempre di più) importante e non si tratta soltanto di un movimento legato al fatto che si è attraversato un periodo di crisi, bensì per il 57% delle persone è una vera e propria alternativa rispetto al modello esistente. Questi dati spingono a dire che si è di fronte alla nascita di una NEC, nuova economia comunitaria, cooperativa, della condivisione, che non è una teoria economica ma è quello che sta avvenendo concretamente nella realtà dei fatti: sono 111 le piattaforme di sharing economy in Italia e l'economia cooperativa vale tra il 7 e l'8% del PIL. L'Economia Civile coinvolge milioni di persone. Quando si parla di NEC stiamo parlando di una cosa ben chiara e cioè il fatto che si stanno riconnettendo i fiumi carsici e le esperienze storiche dell'Economia Civile con quella dell'economia cooperativa, il tema del riuso e del non spreco che stanno ritornando invece in auge, il tema della sharing economy e delle esperienze web di nuova economia si stanno riconnettendo in una percezione

di costruzione di un nuovo modello economico, che non è alternativo, che è dentro il sistema capitalistico, e che ha un fine molto chiaro: rendere sempre più plurale e pluralistico il mercato. Cioè l'idea che il mercato ha bisogno di essere plurale per essere tale e che quindi la società, l'economia comunitaria, cooperativa, collaborativa e della condivisione non è qualcosa che va contro, ma quanto piuttosto che calmiera i difetti e soprattutto ricostruisce il senso di essere parte di una comunità.

## Welfare Index PMI - Rapporto 2019

**Il welfare aziendale può costituire ciò che gli economisti chiamano una situazione o gioco win win, dove cioè tutte le parti coinvolte ottengono un vantaggio:**

- **L'imprenditore** può detassare i premi erogati in ambito welfare; registra una crescita della soddisfazione e produttività in azienda; ottiene maggiore fedeltà dai suoi collaboratori e può perfino attrarre, più facilmente, giovani talenti.
- **I lavoratori** ottengono benefici maggiormente legati alla loro qualità della vita, ai quali spesso non potrebbero accedere singolarmente; benefici che, anche in reddito reale, valgono ben di più del premio in denaro, soggetto a progressiva tassazione.
- **Lo Stato** (che opportunamente incentiva fiscalmente le aziende) spende meno per il welfare, grazie all'integrazione dell'attività delle imprese sul territorio e, per sommatoria, a livello nazionale.
- **Le Istituzioni locali** possono utilizzare al meglio e mettere a disposizione eventuali infrastrutture per l'erogazione di servizi legati al welfare.
- **Le Associazioni dei diversi stakeholder** possono, anche in quest'ambito, svolgere un ruolo di rappresentanza degli interessi dei loro associati e prevederne l'aggregazione al fine di usufruire di servizi comuni di welfare più efficienti. Contrariamente ai "giochi a somma zero" (dove quando qualcuno guadagna c'è comunque qualcuno che ci perde), con il welfare aziendale guadagnano tutti. Tutti hanno teoricamente interesse alla crescita del welfare aziendale nel nostro Paese.

...laddove un imprenditore coinvolge i propri lavoratori al fine di comprenderne le esigenze e risponde alle stesse con un progetto di welfare, quest'ultimo crea un **"effetto leva"**: in termini di maggior benessere comune. In termini di qualità del lavoro e del luogo di lavoro (che, a volte, diventa più "liquido", pensiamo allo smart-working). Perfino in termini di comunità di riferimento (pensiamo al welfare per i figli e parenti dei dipendenti, all'utilizzo di infrastrutture locali magari come rete di pmi). Crediamo che l'Italia abbia nel suo dna l'impresa umanistica, a maggior ragione la piccola media impresa. Certo ci vogliono imprenditori illuminati che mettano al centro le persone...

## Il welfare come progetto d'impresa

...Sono passati tre anni dal 2016, quando fu introdotta una normativa che potenziava gli incentivi fiscali al welfare aziendale e li estendeva a una gamma molto vasta di iniziative e servizi attuabili dalle imprese a sostegno dei lavoratori e delle loro famiglie. Sino ad allora l'espressione welfare aziendale era sconosciuta o poco utilizzata. Il welfare integrativo nel mondo del lavoro si riferiva pressoché esclusivamente alle grandi soluzioni collettive di previdenza e sanità complementare, i fondi pensione e i fondi sanitari, istituiti dai contratti nazionali. Un'altra espressione diffusa era employee benefit: i benefici aggiuntivi previsti dalle singole aziende per i propri dipendenti. Ma questi erano presenti quasi esclusivamente nelle imprese di grande dimensione e perlopiù a vantaggio di alcune categorie di manager e lavoratori qualificati, come componente del sistema premiante. Il welfare aziendale è qualcosa di molto più ampio tanto nella platea quanto nell'oggetto delle prestazioni: si rivolge a intere popolazioni aziendali e alle loro famiglie, su un range vastissimo di bisogni: dalla previdenza integrativa ai servizi per la salute e il benessere personale; dall'assistenza per i familiari anziani e per la cura dei figli alle iniziative per la conciliazione vita – lavoro; dalla formazione professionale ed extraprofessionale al sostegno per l'istruzione dei figli; dalle iniziative culturali e per la rigenerazione psicofisica a quelle per favorire l'integrazione dei soggetti deboli e degli immigrati.

...Concepito in questo modo, il welfare aziendale ha acquisito un nuovo e più ampio significato: **uno strumento per rafforzare la sostenibilità dell'impresa occupandosi del benessere e della sicurezza sociale dei lavoratori e delle loro famiglie. Una leva di politica del personale, certamente, ma di rilievo strategico perché permette di gestire il ruolo sociale dell'impresa, non solo nei confronti della comunità aziendale ma anche all'esterno di essa.**

...Oggi, dunque, quasi il 20% delle imprese di tutti i settori hanno sviluppato politiche di welfare articolate in numerose aree. Possiamo definirle l'avanguardia del movimento, che in questi tre anni si è molto rafforzata sino a triplicare di numero. A questo gruppo si aggiunge un 26% di imprese mediamente attive (in 4 e 5 aree), anch'esse in aumento. Segue un 46,5% di imprese nella fase iniziale, di sperimentazione su un range più limitato di iniziative (fino a tre aree). Le imprese non attive nel welfare aziendale, che nel 2016 superavano il 18%, sono diminuite a meno dell'8%. Similmente è cresciuta l'intensità del welfare

aziendale, cioè il numero complessivo di iniziative attuate indipendentemente dalle aree. Le imprese poco attive (fino a due iniziative), che nel 2016 erano la maggioranza, oggi sono solamente un terzo del totale, mentre quelle molto attive (con almeno otto iniziative) sono passate dall'8,5% al 21,7%, e hanno avuto una forte crescita soprattutto nell'ultimo anno.

...ciò che è avvenuto in questi tre anni non è descrivibile solamente in termini quantitativi, come estensione delle iniziative di welfare aziendale e aumento delle imprese che le hanno attuate. Ciò che emerge dalla quarta edizione del nostro rapporto è che è molto cresciuta la maturità delle imprese più attive nel welfare aziendale, in termini di consapevolezza e di efficacia. Si veda la tavola 7. Un terzo degli intervistati dichiarano di aver vissuto negli ultimi due – tre anni una crescita di consapevolezza degli obiettivi sociali dell'impresa da parte della proprietà o dei manager. Nelle aziende molto attive nel welfare questa quota raddoppia e raggiunge il 63,4%. Dunque in questi anni si è affermata, in un segmento consistente, l'idea che l'impresa debba perseguire degli scopi sociali oltre agli obiettivi di business, ed è forte la correlazione tra questa consapevolezza e l'ampiezza delle iniziative di welfare aziendale.

**...gli imprenditori considerano le responsabilità sociali e gli obiettivi di business come reciprocamente funzionali: l'azienda cresce in modo sostenibile e migliora le proprie performance anche grazie alla propria capacità di occuparsi delle esigenze dei lavoratori e di gestire le relazioni con l'ambiente in cui opera.** In questi casi il welfare aziendale è una strategia dell'impresa, non è rubricato sotto la voce "amministrazione del personale", e gli imprenditori e i manager che dirigono l'azienda se ne occupano direttamente.

...e le imprese più attive sono quelle in cui è cresciuta maggiormente la consapevolezza dei propri obiettivi sociali. Queste imprese si sono differenziate anche per il modo in cui hanno gestito le iniziative, curando maggiormente il coinvolgimento dei lavoratori: 71,2% contro una media del 51,6%. Ciò determina due conseguenze importanti: le stesse imprese riscuotono dai propri dipendenti un maggiore gradimento (55,4% contro una media del 33,4%), e ottengono risultati decisamente migliori. Le aziende molto attive hanno osservato effetti positivi del welfare aziendale sulla produttività del lavoro nel 63,9% dei casi, contro una media del 36,3%; e sull'immagine e sulla reputazione aziendale nel 72,5% dei casi, contro una media del 42,4%. Il tema della percezione del valore del welfare aziendale da parte dei lavoratori

è un nodo di grande importanza. Le imprese che dichiarano di ottenere un buon gradimento delle proprie iniziative, come abbiamo visto, sono il 33,4%; ma due anni fa, nel 2017, erano il 23%. Dunque la soddisfazione cresce con la crescita dell'esperienza. Ma ciò che più conta è che è correlata al livello di welfare dell'azienda. Le imprese che ottengono un gradimento elevato sono la maggioranza nel segmento delle più attive (55,4%), e solamente il 21,8% tra le meno attive. Il welfare aziendale per la maggior parte dei lavoratori è un'esperienza recente, in molti casi limitata alla possibilità di utilizzare piccole somme: non dovremmo stupirci del fatto che non si sia ancora consolidato un ampio riconoscimento della sua utilità. Ma, soprattutto, non dovremmo stupirci della difficoltà a percepire il valore dei servizi sotto un profilo meramente economico. Questo è il motivo per cui il gradimento dei lavoratori dipende molto dalla capacità dell'azienda di valorizzare le proprie iniziative. Quando esaminiamo le più belle storie di welfare aziendale, comprendiamo che il valore generato da quelle imprese consiste nella relazione che esse costruiscono con i propri collaboratori, realizzando progetti che rispondono alle loro principali esigenze. Tutto ciò va molto oltre l'equivalente economico dei servizi offerti. Se quelle imprese erogassero delle somme pari al costo delle loro iniziative, non otterrebbero lo stesso risultato... Quando l'azienda non si limita a questo, ma costruisce un progetto che risponde ai bisogni dei lavoratori, delle loro famiglie e del territorio in cui essa opera, genera un valore che va oltre l'equivalente economico dell'iniziativa e che le persone non faticano a riconoscere.

Per comprendere i fattori di successo nella valorizzazione del welfare aziendale, molto più dell'analisi statistica conta dunque l'esperienza delle best practice... contraddistinte da alcuni tratti tipici.. Anzitutto l'impegno personale: sono storie di imprenditori e di manager consapevoli del fatto che **l'azienda è una comunità di persone, e che ciò comporta responsabilità che vanno oltre la dimensione economica e organizzativa del business**. Inoltre **i casi di successo si basano sulla capacità di individuare i bisogni principali dei lavoratori e delle loro famiglie, per concentrare le iniziative su obiettivi di massimo impatto sociale**. Anche a questo serve il coinvolgimento: a definire le priorità e a progettare iniziative aziendali il cui valore sia ben riconoscibile. Queste considerazioni si possono sintetizzare con una espressione: **l'impresa al centro della comunità. Con i progetti di welfare aziendale le imprese più attive e consapevoli si pongono al centro di un sistema di relazioni sociali**. Anzitutto, come già si è detto, occupandosi dei bisogni delle persone che fanno parte della comunità aziendale, i dipendenti e le loro famiglie. Ma molte

**iniziativa superano i confini dell'azienda e assumono un interesse più generale nel territorio. Alcune imprese hanno promosso iniziative pubbliche e creato servizi aperti alla comunità locale: ciò che abbiamo esaminato nell'area "welfare allargato alla comunità".** Inoltre, per superare i limiti della piccola dimensione, le imprese più attive hanno attuato alleanze con altre imprese e con diversi soggetti pubblici e privati nel territorio, utilizzando il supporto delle associazioni imprenditoriali e di altri servizi comuni. L'aspetto più noto del welfare aziendale è la sua capacità di apportare risorse aggiuntive alla spesa sociale pubblica e privata, e di contribuire alla diffusione nel territorio di servizi e di facilitazioni all'accesso che altrimenti non sarebbero disponibili. Ma, accanto a questo, esiste un altro aspetto di grande valore soprattutto in un'epoca di frammentazione sociale e di isolamento. Realizzando i progetti di welfare aziendale, e interagendo con altri soggetti, le imprese contribuiscono a rafforzare la coesione tra le comunità e le persone che ne fanno parte. E anche questo è un fattore di protezione e benessere.

# INTERVISTE



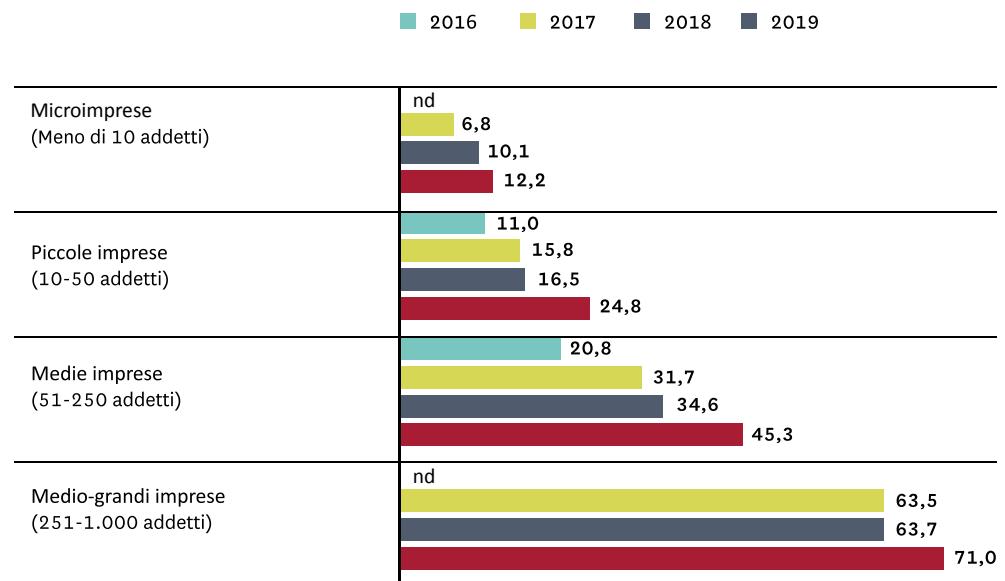
Riportiamo di seguito i contributi di tre realtà con cui abbiamo avuto contatti di diversa natura e che hanno applicato virtuosamente sistemi di welfare aziendale; si tratta di aziende molto diverse tra loro sia per dimensione, che per struttura organizzativa, che per prodotto e segmento di mercato.

Non v'è dubbio che la diffusione di buone pratiche di welfare percorra cammini differenti se ci si misura con la realtà di gruppi multinazionali o di piccole imprese a conduzione familiare, tuttavia se pur con investimenti di diversa portata, un segnale molto significativo riguarda l'andamento crescente del diffondersi di pratiche di welfare aziendale tra le piccole aziende.

Welfare Index PMI 2019 riporta: "Ciò che più conta è che il welfare aziendale in questi anni è riuscito a rompere la barriera dimensionale, diffondendosi anche nelle piccole imprese.

**Fig. 5 – Ampiezza del welfare aziendale per classi dimensionali**

PERCENTUALE DI IMPRESE ATTIVE IN ALMENO SEI AREE DI WELFARE AZIENDALE



Nella figura 5 rappresentiamo l'ampiezza delle iniziative per classi dimensionali, misurandola come quota sul totale delle aziende molto attive per estensione del welfare ... Ovviamete le più grandi restano avvantaggiate, con una quota di imprese molto attive del 71%, ben superiore a tutti gli altri segmenti.

**Ma nelle imprese di piccola e media dimensione la crescita è stata particolarmente veloce, e in questi tre anni la quota delle molto attive è più che raddoppiata.** Nelle microimprese: dal 6,8% nel 2017 (nel 2016 non avevamo rilevato il dato) all'attuale 12,2%. Nelle piccole: dall'11% nel 2016 al 24,8% di oggi. Nelle medie imprese: dal 20,8% nel 2016 al 45,3% di oggi, con un aumento particolarmente sostenuto nell'ultimo anno... Attivare il welfare aziendale in questo vasto tessuto produttivo significa raggiungere in modo capillare il territorio e rispondere ai molteplici bisogni di famiglie appartenenti a contesti sociali e condizioni economiche molto diverse".

## YOUNG DIGITALS

### Young Digitals

Young Digitals è una società di consulenza e studio creativo composto da un team di 50 professionisti. Il principale campo di applicazione è quello della comunicazione digitale e omnichannel, che YD affronta con una visione globale supportando i propri clienti nei diversi specifici mercati con un approccio strategico ma al contempo fortemente rivolto all'execution.

Nata nel 2010, l'agenzia è cresciuta anno dopo anno con un progressivo aumento di fatturato, di clienti e di personale, legato in particolare ai due elementi di forte differenziazione nel mercato delle agenzie digitali: la gestione centralizzata della comunicazione su scala globale, e il forte accento sulla produzione creativa che si traduce concretamente nella presenza all'interno del team di produzione.

Questi elementi sono legati al forte interesse di Young Digitals verso il mondo del Made in Italy, declinato prevalentemente nei settori dell'alta gamma e del design, del fashion, del food, settori che spesso hanno in mercati lontani la propria ragion d'essere e che trovano nell'offerta dello studio il modo migliore di comunicare i valori della cultura e dello stile italiano.

Nonostante la continua crescita, Young Digitals persegue la propria vocazione di boutique agency e non abbandona l'approccio da mediatore culturale che è parte integrante della mission e della filosofia dello studio.

Da giugno 2019 Young Digitals fa parte di Acqua Group, una data driven company con sede a Milano specializzata in consulenza e comunicazione integrata.

Abbiamo posto alcuni quesiti ad Elisa Bassignani, HR Specialist di Young Digitals:

**Quali sono le caratteristiche socio-demografiche più ricorrenti dei dipendenti della sua azienda (età, sesso, stato di famiglia, etc...)?**  
**Sono cambiate nell'ultimo decennio?**

L'età media è di 29,8 anni (il 65% delle persone hanno un'età inferiore ai 30) e il 60% della popolazione aziendale totale sono donne. YD è inoltre un contesto internazionale, costituito dal 15% di persone provenienti dall'estero

(Macedonia, Ucraina, Russia, Croazia, Taiwan), numero che sale al 27% se si contano anche le persone bilingue, nate in Italia ma con almeno un genitore proveniente da altri Paesi. Solo il 13% è sposato e l'8% ha figli.

Negli ultimi anni, l'età media si è alzata sia per questioni di natura fisiologica sia di natura strategica in accordo con un maggiore investimento in figure senior. Il numero di donne in azienda è un dato inalterato nel tempo: dalla nascita di Young Digitals il genere femminile è sempre stato presente in modo maggiore rispetto a quello maschile.

***Qual è il contratto collettivo principale applicato ai dipendenti della sua azienda?***

CCNL Commercio.

***Come avete integrato l'offerta di welfare nel contratto collettivo?***

Il CCNL Commercio non prevede di default che l'azienda metta a disposizione dei collaboratori un valore predefinito spendibile in beni e servizi come avviene invece per il CCNL Metalmeccanico. Ciononostante, pur non avendo l'obbligo di prevedere un sistema di welfare da contratto, abbiamo elaborato un Piano dedicato a partire dal 2018. Si tratta quindi di un'iniziativa volontaria espressa dall'azienda, che non risponde nemmeno all'esigenza di trasformare premi collettivi o premi di risultato in welfare, ma al contrario si configura a tutti gli effetti come una misura aggiuntiva volta a dare una maggiore disponibilità di spesa al dipendente.

Il primo anno di applicazione ci è servito come test per capire se questo strumento potesse essere effettivamente utile in un contesto come il nostro, costituito per lo più da una popolazione giovane e dinamica. Di anno in anno è stato ampliato a sempre più persone e nel 2020 è stato esteso a tutti i collaboratori.

***Quanto sono stati utili gli sgravi fiscali e le nuove agevolazioni in materia di welfare aziendale?***

Molto, il welfare aziendale consente un miglioramento dell'efficienza fiscale notevole, favorendo al contempo il benessere del lavoratore. I dipendenti hanno

un maggiore potere di acquisto e, allo stesso tempo, vi è una riduzione del cuneo fiscale e contributivo tale da agevolare investimenti in settori aziendali strategici (ad esempio nella formazione) che incentivano lo sviluppo aziendale e alimentano un circolo virtuoso della buona gestione organizzativa.

***Come ritiene che si potrebbe migliorare l'applicabilità delle norme?***

In generale con una maggiore flessibilità: meno vincoli legati alla **modalità di fruizione** privilegiando un sistema più veloce e più "smart", semplificando le modalità di spesa (che ad oggi sono differenziate tra spese che possono andare a rimborso e spese che possono essere effettuate solo per via telematica), e una maggiore libertà nella definizione delle **categorie** aziendali beneficiarie, che ad oggi devono rispettare vincoli precisi legati all'omogeneità di appartenenza.

***Come valorizzate le relazioni con gli stakeholders territoriali? Il loro intervento è integrato nel vostro sistema di welfare?***

La piattaforma che abbiamo scelto per la gestione del nostro Piano Welfare è stata elaborata da una Società non profit che ha sede in provincia di Treviso, la quale si impegna a generare una ricaduta sociale positiva in favore delle associazioni del territorio scelte dai lavoratori che effettuano gli acquisti.

Da poco poi abbiamo attivato un progetto interno che prevede la nascita di una rete di convenzioni con diverse attività della città di Padova, appartenenti a settori diversi: food&beverage (ristoranti, bar, club), culture ( librerie, associazioni, negozi di musica), apparel (negozi di abbigliamento), fitness&wellness (palestre, piscine, parrucchieri, centri estetici).

Young Digitals inoltre aderisce in qualità di partner al percorso di Padova Capitale europea del volontariato 2020, collaborando concretamente con lo staff del Centro Servizio Volontariato provinciale di Padova all'elaborazione della strategia comunicativa dell'intero percorso. Attraverso questa modalità, l'azienda ha deciso di mettere a disposizione gratuitamente le proprie competenze creative per implementare l'impatto comunicativo delle centinaia di iniziative delle associazioni del territorio padovano.

### **Che tipo di benefit offrite?**

Abbiamo deciso di mettere a disposizione dei dipendenti tutto quello che la normativa prevede, senza restrizioni o limitazioni di alcun tipo, proprio per permettere al Dipendente di incontrare - con maggiore possibilità - soddisfazione nella fruizione del proprio credito.

Offriamo quindi una scelta molto vasta di Flexible Benefit, beni e servizi, che si aggiungono alla retribuzione monetaria che possono essere destinati al proprio benessere professionale e personale, e a quello della propria famiglia (coniuge, figli, genitori, fratelli e sorelle, suoceri, generi e nuore).

I Flexible Benefit sono completamente personalizzabili in base alle necessità specifiche di ciascuno. I cluster da noi maggiormente frutti sono: **viaggi** (pernottamento e volo), **cultura** (abbonamenti e ingressi a cinema e teatro, concerti, attività culturali di vario genere, abbonamento a riviste o pay tv), **wellness** (palestre, terme e attività sportive di vario tipo), **trasporti** (abbonamento del tram, biglietto del treno), **formazione** (Master, corsi professionalizzanti, corsi di lingua, di fotografia ecc.), **salute** (check-up medici, visite specialistiche, cure odontoiatriche, cure terapeutiche ecc.), **famiglia** (asilo nido, babysitting, spese per libri scolastici ecc.).

Inoltre abbiamo deciso di erogare un bonus aggiuntivo alle persone con figli come misura di sostegno alla genitorialità.

### **Nell'emersione dei bisogni dei lavoratori questi sono stati coinvolti in un processo concertato? Se no, quali altri sistemi avete adottato per conoscerne le necessità?**

Sono stati fatti dei colloqui individuali per raccogliere percezioni legate al welfare aziendale e indagare i reali bisogni dei dipendenti. Durante il corso dell'anno viene monitorato l'effettivo utilizzo del credito welfare e, in caso di necessità, vengono svolti dei colloqui individuali per indagare la soddisfazione del dipendente e fornirgli supporto nella gestione del proprio credito.

A fine anno viene sempre fatta un'analisi della gestione del piano di welfare (tramite questionario e/o colloquio individuale) per identificare con maggior accuratezza i bisogni e le necessità di ciascuna persona, nonché gli aspetti di criticità e di valore connessi all'utilizzo degli strumenti messi a disposizione.

### **Quali criteri hanno guidato la scelta dei servizi di welfare offerti?**

Tra i criteri principali perseguiti vi era sicuramente la maggior offerta in termini di libertà di spesa e di utilizzo del proprio Credito Welfare e la possibilità di scegliere i servizi e i fornitori preferiti, senza essere vincolato alla logica delle convenzioni. Questo permette al Dipendente di avere una maggiore scelta di beni e servizi, la possibilità di erogare il credito a persone e cause di interesse personale, andare dal medico e/o dalla struttura di fiducia oppure, al contrario, scoprire nuovi professionisti, e in generale sentirsi maggiormente libero nella decisione di come spendere il proprio credito welfare sulla base dei bisogni reali, trovando di conseguenza maggiore soddisfazione nella fruizione del sistema.

Un altro elemento importante per noi è stata la finalità sociale perseguita e la possibilità di attivare azioni di Corporate Social Responsibility, basate sui concetti di economia circolare e generativa, scegliendo di rivolgersi per la gestione del welfare ad una Società che si impegna affinché tutti gli utili generati dalla piattaforma vengano assegnati alle associazioni non profit beneficiarie.

### **Avete riscontrato un miglioramento del clima aziendale in conseguenza all'introduzione del piano di W.A.?**

Sì, ci sembra che l'inserimento di un Piano Welfare sia stato percepito come un effettivo investimento da parte dell'azienda e per questo sia stato accolto con favore da parte di tutti. È chiara la volontà e l'impegno di essere attenti ai bisogni delle persone e di essere quanto più possibile aggiornati sulle misure che possono portare un vantaggio effettivo ai dipendenti: vivere in un contesto di lavoro sano e sereno, produrre e promuovere cultura, dare spazio alle inclinazioni delle persone, far incrociare le loro passioni, ponendoci come una realtà attenta e all'avanguardia nel panorama delle imprese italiane.

### **L'applicazione del modello di W.A. da voi scelta ha avuto ripercussioni positive nell'Employer Branding dell'azienda?**

Sì, per quanto fortunatamente il W.A. sia un tema sempre più discusso, non è ancora così diffuso nel tessuto imprenditoriale italiano, soprattutto per quanto riguarda le PMI. Le persone che entrano a contatto per la prima volta con la nostra realtà, restano piacevolmente stupite dalle numerose misure di work-life integration implementate negli anni. Per noi l'introduzione di un Piano di

W.A. è un tassello che si pone un obiettivo più grande, volto alla costruzione di un concetto moderno e internazionale di lavoro, premiante e attento alle esigenze e alle passioni di chi fa parte della nostra realtà e che, insieme alla flessibilità oraria e allo smart-working, rinforza la retention e l'attraction di YD. Le misure, infatti, introdotte negli anni che pongono un focus particolare sulle persone sono molteplici, e ne cito qualcuna ad esempio: orario flessibile (con fascia di ingresso di un'ora e fascia di compresenza di 7 ore giornaliere anziché di 8); lavoro da remoto (4 giorni interi al mese non fissi e predeterminati dall'azienda, 8 mezze giornate oppure la combinazione delle due cose); una biblioteca aziendale (attività di bookcrossing e possibilità di acquistare nuovi libri); una rete di convezioni che nonostante sia appena partita conta già oltre 30 "partner" o locali convenzionati sul territorio di Padova; un Academy interna con lo svolgimento di diverse attività formative durante l'orario di lavoro; un progetto legato all'alimentazione che offre l'opportunità ai dipendenti di avere quotidianamente frutta di stagione in azienda e quindi uno snack sano. Il remote working, in particolare, è una misura che è nata e si è diffusa in modo spontaneo all'interno della nostra realtà, banalmente anche solo per la natura stessa del nostro settore, il mondo della comunicazione, che da la possibilità di essere dotati da subito degli strumenti necessari (Macbook portatili e l'utilizzo di tools cloud specifici) per l'applicazione di una modalità di esecuzione del lavoro più moderna. Questo aspetto ci ha sicuramente avvantaggiati nel gestire in modo efficiente il lavoro pur avendo 2 sedi, una a Padova e una a Milano.



### 50 anni di esperienza

Nata a Cittadella nel 1948, come ditta individuale, la nostra azienda ha avuto negli anni una continua evoluzione; la volontà e l'impegno dedicato dalla famiglia Berto in questa attività e la fiducia di una sempre maggiore clientela, hanno portato ad ampliare l'ambito lavorativo e il conseguente trasferimento a Tombolo, nel 1997.

Oggi, i 50 anni di esperienza affiancano un'esposizione di 1200 mq e ci rendono, nella nostra zona, leader nel settore delle forniture industriali.

Berto Forniture Industriali lavora prevalentemente nelle province di Padova, Treviso e Vicenza per scelta strategica, e si occupa della distribuzione di componenti, materiali di consumo, macchine ed attrezzature industriali.

La storica esperienza nelle forniture industriali ci rende un partner estremamente affidabile: proponiamo i migliori prodotti per la costruzione meccanica e la manutenzione industriale; inoltre, offriamo un'assistenza costantemente aggiornata, per trovare la miglior soluzione per clienti di varie dimensioni e di ogni settore industriale soprattutto nel nordest (Padova, Treviso, Vicenza).

Nell'ambito delle forniture industriali, la gamma di prodotti che proponiamo sono frutto di una storica collaborazione con i più noti partner commerciali, leader nel mercato, per poter offrire sempre prodotti di qualità.

Abbiamo posto alcuni quesiti a Giuseppe Boschiero, Amministratore delegato di Berto SRL:

**Quali sono le caratteristiche socio-demografiche più ricorrenti dei dipendenti della sua azienda (età, sesso, stato di famiglia, etc...) ?  
Sono cambiate nell'ultimo decennio?**

La nostra è una piccola azienda siamo in 12 persone me compreso, età media 42 anni, una sola donna, tutti sposati o conviventi (alcuni con figli) tranne due persone che vivono ancora con i genitori. I nostri sono tutti collaboratori molto fidelizzati all'azienda e hanno tutti cominciato a lavorare in Berto da giovani. Tre di questi collaboratori, sono stati assunti negli ultimi 10 anni.

**Qual è il contratto collettivo principale applicato ai dipendenti della sua azienda?**

Contratto del commercio.

**Come avete integrato l'offerta di welfare nel contratto collettivo?**

Ci siamo fatti aiutare dalla nostra associazione di categoria (ASCOM) e da una azienda che si occupa di questa tematica ed assieme abbiamo redatto un contratto integrativo da sottoporre ai collaboratori.

**Quanto sono stati utili gli sgravi fiscali e le nuove agevolazioni in materia di welfare aziendale?**

Per l'azienda direi quasi nulla, secondo me sono stati assorbiti dalle risorse che abbiamo dovuto dedicare a questa attività di studio e preparazione, probabilmente ne abbiamo rimesso.

Per i collaboratori gli sgravi sono stati evidenti.

**Come ritiene che si potrebbe migliorare l'applicabilità delle norme?**

Si dovrebbe puntare ad una semplificazione delle regole relative alle modalità di rimborso e spesa delle risorse economiche che transitano attraverso il portale del Welfare, permettendo una maggiore offerta di prodotti e servizi allargando il più possibile il panier a disposizione.

Abbiamo riscontrato che alcune aziende si sono rifiutate di erogare i loro servizi attraverso il portale "TreCuori" in quanto troppo macchinoso per loro ottenere il pagamento.

**Come valorizzate le relazioni con gli stakeholders territoriali?**

**Il loro intervento è integrato nel vostro sistema di welfare?**

**Che tipo di benefit offrite?**

Attraverso il portale "Tre Cuori" si possono effettuare spese in vari settori, principalmente nei servizi alla persona, spese scolastiche, acquisto libri....

Nell'emersione dei bisogni dei lavori questi sono stati coinvolti in un processo concertato? Se no, quali altri sistemi avete adottato per conoscerne le necessità?

Il progetto è iniziato con una intervista a ciascun collaboratore per verificare l'interesse e le necessità di tutti.

**Quali criteri hanno guidato la scelta dei servizi di welfare offerti?**

Questo dipende solo parzialmente da noi, nel portale "TreCuori" abbiamo relativo margine, magari potremmo valutare altri portali simili alla scadenza dell'attuale contratto.

Abbiamo anche adottato delle misure di WA a fronte di proposte nate dalle interviste, la più significativa è stata l'adozione di un orario flessibile per permettere ai collaboratori di iniziare o finire prima la giornata lavorativa. Anche la proposta formativa che abbiamo per i nostri collaboratori (secondo noi) rientra in questo argomento del WA, ognuno di loro accede ad una accademia formativa con un programma personalizzato e finalizzato all'ottenimento del benessere aziendale che per noi è : risultati economici e stare bene assieme.

**Avete riscontrato un miglioramento del clima aziendale in conseguenza all'introduzione del piano di W.A.?**

È una delle tante azioni/attenzioni che abbiamo nei confronti dei nostri collaboratori, da sola non ha fatto la differenza, assieme ad altro aiuta a far considerare dal lavoratore, l'azienda Berto come una realtà vicina ai suoi collaboratori, amica e per la quale vale la pena impegnarsi per dare il meglio di se.

**L'applicazione del modello di W.A. da voi scelta ha avuto ripercussioni positive nell'Employer Branding dell'azienda?**

Direi di sì, in special modo verso i fornitori che sono stati positivamente colpiti da questa nostra scelta e poi nei confronti dei candidati all'assunzione come nostri collaboratori.



### Presentazione voestalpine Böhler Welding Fileur

voestalpine Böhler Welding Fileur srl è un'azienda cittadellese specializzata in consumabili per la saldatura. L'azienda è stata fondata nel 1989 dalla famiglia Rocco e acquisita nel 2013 per il 90% dal gruppo voestalpine, leader mondiale nella produzione di acciaio.

Il core business di voestalpine Böhler Welding Fileur srl è la produzione di fili animati tubolari di alta qualità (Mig, Arco Sommerso, Senza gas e riporto) divenendo il centro di competenza della business unit voestalpine Böhler Welding orientato a supportare la strategia di Gruppo nel diventare leader tecnologico per i fili animati di alta gamma.

L'azienda conta 125 dipendenti per una capacità produttiva di 10.000 tonnellate annue e un fatturato di 20 milioni di euro. Questo sviluppo continuo è possibile grazie al giovane gruppo di lavoro (età media di 35 anni) completamente dedicato allo sviluppo tecnologico del filo animato tubolare affiancato ad una lunga esperienza nel processo produttivo, dalla ricerca e sviluppo del prodotto e dal dipartimento qualità che ne assicura la migliore performance. All'interno del sito produttivo è presente inoltre un Application Technology Center che fornisce supporto diretto al cliente nelle prove di applicazione del filo prodotto con le migliori tecnologie di saldatura.

### Contesto economico

voestalpine Böhler Welding Fileur srl opera all'interno del mercato della saldatura che come molti altri settori sta vivendo una fase di consolidamento. Il contesto socio-economico in cui è radicata l'azienda, promuove lo sviluppo di un gruppo di lavoro interfunzionale e fortemente interdipendente, per creare una cultura aziendale che sappia differenziarsi sia dai concorrenti che dalle aziende del territorio, orientata sul dialogo, la fiducia, la collaborazione e rispetto tra le varie funzioni aziendali.

I prodotti, grazie alla loro tecnologia, sono venduti nel mercato globale (90% del fatturato extra Italia), supportando a livello applicativo le industrie operanti in settori quali: cantieristica navale, generatori di potenza, costruzioni generali (ponti, manufatti in acciaio, ecc..) oleodotti, piattaforme petrolifere, ecc..

### Elementi distintivi

voestalpine Böhler Welding Fileur ha come obiettivo la diffusione nel mercato globale del proprio prodotto. Siamo leader mondiale nella produzione dei fili animati tubolari.

La scelta del nostro cliente segue principi di differenziazione commerciale, geografica e settoriale al fine di garantire stabilità di fatturato e business a prescindere dalle crisi economiche, geografiche o settoriali. L'azienda, essendo unità produttiva del gruppo voestalpine, vende direttamente alle unità di vendita del gruppo stesso che si occupano della vendita finale al cliente.

Questo consente all'azienda di concentrarsi esclusivamente sulla ricerca e sviluppo tecnologico, produzione e applicazione dei prodotti per garantire la massima performance.

L'attuale governance è un esempio interessante di gestione tipicamente familiare e gestione tipicamente multinazionale, creando quel giusto equilibrio "glocale" unendo tradizione e passione con razionalità e managerialità.

Il ruolo delle risorse umane all'interno dell'impresa è di primaria importanza. Le risorse umane costituiscono l'asse portante della strategia aziendale visto il ruolo centrale che la persona riveste all'interno del contesto in cui lavora. Il ruolo cardinale delle risorse umane è quello di sviluppare il talento, la professionalità e competenza di tutti i dipendenti, basato su un rapporto stabile e di lungo periodo. La stabilità è la base per garantire il livello qualitativo che l'azienda vuole offrire sui propri prodotti.

Indipendentemente dai titoli conseguiti e dall'anzianità aziendale, l'azienda promuove la valorizzazione professionale attraverso percorsi personalizzati e intragruppo. Inoltre l'azienda punta alla promozione e crescita della cultura e dell'engagement aziendale attraverso azioni di formazione e coinvolgimento dei dipendenti in attività che supportano il benessere e la salute del lavoratore. Un ruolo importante è coperto dal welfare aziendale che è a supporto della conciliazione dei tempi famiglia e lavoro.

- Dal momento dell'acquisizione (Giugno 2013) il fatturato è raddoppiato con una crescita stabile e costante negli ultimi 5 anni

- Attualmente il capitale azionario è formato dal 90% dal gruppo voestalpine e dal 10% dalla famiglia Rocco (proprietario originario)
- L'azienda crede fortemente nella collaborazione con gli attori locali quali Università, Enti di formazione specializzati, Scuole, Associazioni di categoria, Associazioni sportive e culturali e fornitori che rispecchiano responsabilità sociale d'impresa.

L'azienda crede nel rapporto di collaborazione reciproca con i fornitori che sappiano garantire un rapporto di fiducia basato sul lungo periodo. L'azienda è anche fortemente interconnessa con le altre unità del gruppo, all'interno di un contesto di sviluppo comune di ricerca e innovazione

Abbiamo posto alcuni quesiti a Sofia Spiga, HR Specialist di Voestalpine Böhler Welding:

**Quali sono le caratteristiche socio-demografiche più ricorrenti dei dipendenti della sua azienda (età, sesso, stato di famiglia, etc...) ? Sono cambiate nell'ultimo decennio?**

La situazione socio-demografica nell'ultimo quinquennio ha visto un lieve innalzamento dell'età media aziendale dall'ultimo triennio derivante dal fatto che la maggior parte degli inserimenti previsti in ambito produttivo ha orientato l'azienda ad un target di persone tra i 35 e i 50 anni. L'età media aziendale è ad ora di 44 anni.

Riguardo alla presenza di personale di sesso femminile si è visto un aumento della % sul organico complessivo nell'ultimo quinquennio. Gli inserimenti hanno interessato l'apparato impiegatizio anche in posizioni manageriali. Attualmente il personale femminile è il 12% della popolazione aziendale.

**Qual è il contratto collettivo principale applicato ai dipendenti della sua azienda?**

Applichiamo il CCNL Metalmeccanici e un Contratto Integrativo Aziendale

**Come avete integrato l'offerta di welfare nel contratto collettivo?**

L'implementazione del welfare presso la nostra azienda è iniziata nel 2017

quando da CCNL è stato proposto nell'Art.17 Sez.Quarta Tit IV una specifica disposizione che ha previsto l'inserimento di strumenti di welfare a decorrere dal 1° Giugno 2017.

Già dall'anno 2012 l'azienda in realtà tramite il Contratto Integrativo metteva a disposizione un bonus di 250€ per ciascun lavoratore da utilizzare prevalentemente in forma di buoni carburante.

**Quanto sono stati utili gli sgravi fiscali e le nuove agevolazioni in materia di welfare aziendale?**

L'obbiettivo iniziale dell'inserimento del welfare in azienda è stata la volontà attraverso questo strumento di essere più vicini come azienda ai dipendenti sia in termini economici, permettendo agli stessi di avere più possibilità di acquisto per le necessità di tutti i giorni sia come opportunità/iniziative offerte per sensibilizzare la necessità di prendersi cura della propria salute in primo luogo, in secondo luogo per migliorare il proprio lavoro. Se tutto ciò viene colto in maniera positiva e come tassello aggiuntivo al miglioramento della propria vita, lo sgravio economico che in ogni casa per l'azienda esiste, passa in secondo piano.

**Come ritiene che si potrebbe migliorare l'applicabilità delle norme?**

Vi sono alcuni punti che sicuramente meritano una maggior chiarezza e che riguardano prevalentemente l'ambito pratico che lo stesso dipendente si trova ad affrontare, ovvero la possibilità di utilizzare il proprio credito welfare per alcuni servizi solo a rimborso o attraverso forme di convenzione diretta e quando dover utilizzare uno o l'altro.

**Come valorizzate le relazioni con gli stakeholders territoriali? Il loro intervento è integrato nel vostro sistema di welfare?**

Per quanto ci riguarda la gestione del welfare è stata affidata ad uno stakeholder esterno e con il quale abbiamo collaborato sin dall'inizio per diffondere e formare alla cultura del welfare aziendale. Questo è stato possibile aderendo alla piattaforma TreCuori, una piattaforma online che ha lo scopo di gestire il credito welfare del lavoratore e che per caratteristiche proprie si integra con il contesto economico e sociale del territorio, favorendo la fruizione del welfare anche presso i piccoli commercianti e fornitori di servizi del tessuto locale. Ci

è piaciuta subito questa soluzione perché più vicina al territorio e agli interessi dei nostri dipendenti.

Inoltre, attraverso l'azienda cittadellese Innova srl abbiamo attivato lo "Sportello Welfare Point" che ci ha permesso un'assistenza ad personam alla piattaforma TreCuori, sin dal 2017 (77 accessi alla sede Welfare Point dal 2017-2019) oltre al supporto diretto che fornisce l'azienda dall'Ufficio del Personale.

#### **Che tipo di benefit offrite?**

Oltre all'integrazione del welfare aziendale da CCNL Metalmeccanici (2017 – 100€, 2018 - 150€, 2019 – 200€) prevediamo il contributo di 250€ a dipendente da utilizzare in buoni cd. Fringe benefit e quindi utili all'acquisto di beni (è lasciata libera scelta al lavoratore in base alle convenzioni fornite dalla piattaforma – buoni spesa, carburante, shopping, ecc..) inoltre sin da subito abbiamo dato la possibilità al lavoratore di convertire il proprio Premio di Risultato – PDR (corrispondente quasi ad uno stipendio mensile) in welfare aziendale. Questo significa per il lavoratore la possibilità di vedersi abbattuta la tassazione del 19% applicata al PDR, recuperando così l'intero ammontare dell'importo.

Per quanto riguarda la fruizione degli importi in welfare aziendale, è lasciata al dipendente la facoltà di scegliere dove poter fruire degli importi spesi.

#### **Nell'emersione dei bisogni dei lavori questi sono stati coinvolti in un processo concertato? Se no, quali altri sistemi avete adottato per conoscerne le necessità?**

Per analizzare i bisogni dei lavoratori è stata costruita un'intervista con il supporto dello Studio di Consulenza del Lavoro, fornitore storico della nostra azienda con domande legate alla sfera dei bisogni ed esigenze personali e familiari.

#### **Avete riscontrato un miglioramento del clima aziendale in conseguenza all'introduzione del piano di W.A.?**

Sicuramente il dipendente sente di poter avere più servizi a disposizione, ogni anno abbiamo notato un incremento del numero di persone che decidono di convertire il proprio PDR in welfare aziendale (2017 – 18%, 2018 – 21%, 2019 – 23%) e una maggiore "creatività" nella scelta dei servizi.

#### **L'applicazione del modello di W.A. da voi scelta ha avuto ripercussioni positive nell'Employer Branding dell'azienda?**

Si, ha aiutato a rafforzare l'immagine di un'azienda che al passo con i tempi mette a disposizione uno strumento che si prende cura dei bisogni personali e dell'intera rete familiare.



Una storia di innovazioni Un Gruppo multibrand Luigi Lavazza, nella sua bottega di Torino, fu il primo a proporre e commercializzare, oltre 120 anni fa, il concetto di miscela, l'arte di combinare diverse qualità e origini di caffè che ancora oggi contraddistingue tutti i prodotti Lavazza. Nei primi decenni del '900, Lavazza è la prima azienda a distribuire caffè a livello locale in sacchetti firmati con il proprio marchio. Nel 1950, l'azienda utilizza in Italia la lattina sottovuoto per conservare il caffè e, nel 1971 la mattonella flessibile sottovuoto. Arrivano nel 1989, sempre targate Lavazza, le prime confezioni multiple di caffè. Nello stesso anno, l'azienda entra nel mercato del porzionato, prima realtà italiana a lavorare, in termini di produzione e commercializzazione, sui sistemi a capsula espresso. Oggi Lavazza ha al suo attivo, grazie a collaborazioni continuative con un network internazionale di università ed enti scientifici, diverse piattaforme nell'area del caffè porzionato. Il percorso innovativo è sempre stato legato strettamente alla ricerca, al punto da valerle la definizione di azienda a «ciclo di innovazione continua»: dall'arte della miscela al caffè sottovuoto, dal porzionato al caffè instant, dal decaffeinato fino alla macchina ISSpresso, sviluppata insieme con l'azienda ingegneristica aerospaziale italiana Argotec (in partnership pubblicoprivata con l'Agenzia Spaziale Italiana), in grado di lavorare nelle condizioni estreme dello spazio. È proprio la costante passione per la qualità che ha portato l'azienda a fondare, nel 1979, il "Centro Luigi Lavazza per gli Studi e le Ricerche sul caffè", un luogo di analisi e approfondimento sull'espresso e la sua diffusione. Il Centro si è evoluto in quello che oggi è conosciuto come il Training Center Lavazza, un network internazionale di oltre 50 scuole del caffè nel mondo, dove vengono formate 30mila persone all'anno.

L'innovazione continua è imprescindibile anche negli importanti investimenti in area industriale, che negli ultimi anni hanno reso il Gruppo più efficiente, flessibile e veloce nel rispondere a un mercato in continua evoluzione. Negli ultimi anni il Gruppo Lavazza ha avviato un percorso di sviluppo internazionale finalizzato a rafforzare la propria indipendenza e competitività a livello globale, con la missione di essere una premium pure coffee company: essere concentrati solo sul caffè di alta qualità, puntando sul valore del marchio. Nello specifico, l'azienda ha portato a termine alcune importanti operazioni: Merrild, brand del caffè leader nel settore retail in Danimarca e nei Paesi Baltici, è entrata a far parte del Gruppo Lavazza nel

2015. Nello stesso anno, il Gruppo ha rilevato anche il business di distribuzione dei prodotti Lavazza dal proprio partner locale in Australia, costituendo una nuova consociata a Melbourne. Dal 2016 Carte Noire fa parte del Gruppo Lavazza, che ha integrato nel proprio assetto industriale anche lo stabilimento produttivo di Lavérune, situato nella regione del Languedoc-Roussillon et Midi-Pyrénées.

Questa importante operazione ha permesso a Lavazza di posizionarsi in un mercato strategico - quello francese, uno dei primi cinque mercati mondiali del caffè - che oggi è il secondo in ordine di importanza per il Gruppo. Nell'ambito della propria strategia di globalizzazione e di posizionamento premium, nel 2017, il Gruppo ha inoltre completato l'acquisizione del brand canadese Kicking Horse Coffee Co.Ltd, leader del caffè organico e fair trade nel Nord America, rilevando l'80% del capitale dell'azienda. Sempre nel 2017, per rafforzare la propria strategia di distribuzione, Lavazza ha acquisito in Francia le quote dell'azienda Espresso Service Proximité S.A., specializzata nel segmento OCS, e l'80% del capitale di Nims S.p.A., azienda italiana specializzata nella distribuzione e vendita diretta door-to-door del caffè in capsula e di macchine su tutto il territorio nazionale. Alla fine del 2018, a seguito di acquisizione, è stata creata la Business Unit Lavazza Professional, che comprende i sistemi Flavia e Klix, attivi nel settore dell'Office Coffee Service (OCS) e del Vending.

Abbiamo posto all'azienda alcuni quesiti in merito al welfare aziendale

**Quali sono le caratteristiche socio-demografiche più ricorrenti dei dipendenti della sua azienda (età, sesso, stato di famiglia, etc ...) ?  
Sono cambiate nell'ultimo decennio?**

Le caratteristiche socio-demografiche più ricorrenti nella nostra azienda sono le seguenti:

- La popolazione aziendale ha tendenzialmente un'età medio-bassa
- La percentuale di uomini e donne impiegati è paritetica
- Il numero di dipendenti coniugati è pressoché uguale a quello dei dipendenti celibi/nubili.

Si è riscontrato, negli ultimi dieci anni, un generale abbassamento dell'età media della popolazione aziendale

**Qual è il contratto collettivo principale applicato ai dipendenti della sua azienda?**

Il CCNL Industria alimentare

**Come avete integrato l'offerta di welfare nel contratto collettivo?**

Il welfare è previsto dalla contrattazione integrativa del centro direzionale Lavazza. Fondamentalmente, si sostanzia nelle seguenti iniziative:

- possibilità di conversione del premio per obiettivi in servizi welfare
- erogazione di quota del premio in “ticket compliments”
- erogazione liberali di borse di studio ai più meritevoli tra i figli dei dipendenti

**Quanto sono stati utili gli sgravi fiscali e le nuove agevolazioni in materia di welfare aziendale?**

Sono stati molto utili perché hanno incentivato i dipendenti a prendere sempre più in considerazione l'utilizzo diretto dei servizi di welfare (al fine di soddisfare i propri bisogni e quelli delle proprie famiglie) piuttosto che l'erogazione monetaria del premio. Al contempo la buona risposta in termini di utilizzo ha spinto l'azienda ad ampliare la qualità e il perimetro dei servizi offerti.

**Come ritiene che si potrebbe migliorare l'applicabilità delle norme?**

Un modo per ampliare l'utilizzo dei servizi di welfare - a seguito di conversione del premio - sarebbe stato innalzare il limite di convertibilità del premio stesso e della retribuzione dell'anno precedente; modalità che, peraltro, è già stata prevista dalla normativa e che è indubbiamente idonea ad aumentare la platea degli utilizzatori.

**Come valorizzate le relazioni con gli stakeholders territoriali?**

**Il loro intervento è integrato nel vostro sistema di welfare?**

Tra i servizi welfare esistono una serie di convenzioni con esercizi commerciali sul territorio, in particolare nell'area circostante il centro direzionale. Grazie alle politiche di welfare dell'azienda tali esercizi commerciali possono beneficiare dell'affluenza del personale Lavazza.

**Che tipo di benefit offrite?**

Alla generalità dei dipendenti sono offerti dei benefit in termini di dotazioni informatiche (pc telefono cellulare tablet), è inoltre prevista la copertura sanitaria integrativa. Per una categoria più ristretta di dipendenti (ad esempio dirigenti) offriamo come fringe benefit l'auto aziendale.

**Nell'emersione dei bisogni dei lavoratori questi sono stati coinvolti in un processo concertato? Se no, quali altri sistemi avete adottato per conoscerne le necessità?**

Si, prima di partire con l'offerta dei servizi di welfare sono stati organizzati dei focus group

**Quali criteri hanno guidato la scelta dei servizi di welfare offerti?**

In primis la normativa. In secondo luogo, si è fatto riferimento sia ai risultati dei focus group, sia all'analisi relativa alla composizione della popolazione aziendale

**Avete riscontrato un miglioramento del clima aziendale in conseguenza all'introduzione del piano di W.A.?**

Assolutamente sì, il grado di soddisfazione è stato molto alto

**L'applicazione del modello di W.A. da voi scelta ha avuto ripercussioni positive nell'Employer Branding dell'azienda?**

Si, unitamente ad altre iniziative quali ad esempio lo smart working, l'azienda ha potuto godere di una forte e positiva visibilità sul mercato del lavoro.

## BIBLIOGRAFIA

Ambrosini M. - *Non Profit*, Redattore sociale, 19 maggio 2016

Atzei P. - *Vdossier*, settembre 2015

Banca Etica - *Un contribuente su tre destina il 5 per mille*, VITA,  
26 giugno 2019

Bianchetti E. - *Vdossier*, settembre 2015

Dente F. - *A tempo e individuale: il volontariato cambia rotta?*, VITA,  
8 luglio 2019

Gori L. - *Tendenza in crescita, Attenzione però allo sfruttamento dei  
volontari come manodopera a basso costo*, VITA luglio - agosto 2019

ISTAT - *Attività gratuite a beneficio di altri*, 2014

ISTAT - *Censimento permanente istituzioni non profit*, 2017

*La crisi economica e la crisi della politica ha sempre più dato ossigeno a  
questa realtà* - Webeconomia.it - 30 aprile 2016

Mozzanica R. - *CSV Lombardia*, Bussole n. 8

Mucchetti L. - *Vdossier*, settembre 2015

Nembri A. - VITA, 19 maggio 2016

Risso E. - *Dalla crisi del capitalismo alla nuova economia comunitaria*

Scialo' L. - *Welfare community: cosa si intende e differenze con welfare state*

Sensi G. - Volontariatoggi.info, 20 maggio 2016

Silva E. - Il sole 24 ore, 2 novembre 2015

Venturi P. e Rago S. - *L'Economia della Coesione nell'era della vulnerabilità*

Welfare Index PMI - *Rapporto 2019*