Prefazione

di *Ferruccio de Bortoli*[*]

Le vie del bene sono infinite. E non è vero che siano noiose e pesanti per l'impegno che richiedono. Certo, il catalogo dei bisogni è ampio, variegato e imprevedibile. Non tutti coloro che invocano un aiuto sono gentili, simpatici, riconoscenti. Non aspettatevi sempre un grazie. Ma non bisogna lasciarsi condizionare dall'estetica della solidarietà. Raccogliere fondi per curare un bambino e salvarlo è assai diverso dal prodigarsi affinché un ragazzo sfugga alla trappola della recidiva e si salvi dal carcere. Ma la direzione è la stessa. Il dividendo del bene è misurabile dal grado di soddisfazione che prova il donatore? Assolutamente no. Ma è certamente vero che chi è coinvolto in un'opera solidale è un cittadino migliore. Più consapevole e soprattutto attivo. Il fatto poi che senta in cuor suo di avere compiuto un atto di restituzione nei confronti della comunità della quale fa parte non è di per sé un peccato. Tutt'altro. Costituisce uno stimolo formidabile, un moltiplicatore di iniziative. Il creatore di un purpose, cioè di una finalità. Eccoci al punto.

---

[*] Presidente Fondazione Corriere della Sera e Associazione Vidas.

La finalità dell'impresa poteva coincidere, fino a poco tempo fa, con quella di una comunità in termini di benessere collettivo e di solidarietà attiva. Esempi illuminati ve ne sono stati tanti. Nell'era della sostenibilità cambia il verbo: da potere a dovere. Perché se un'impresa viene percepita come distante e insensibile alle esigenze della comunità nella quale produce e vende e dove vivono i propri dipendenti, è considerata inutile – se non peggio – dal resto della cittadinanza. Ma un'impresa è solidale perché egoista? O, più brutalmente, si comporta in modo attento all'universo dei bisogni solo per soddisfare al meglio le esigenze del proprio business e le aspettative dei propri azionisti? No, l'azienda ha una sua storia, un suo prestigio e una sua cultura, ma queste sono il frutto non solo dell'intuizione, della genialità dell'imprenditore ma anche e soprattutto delle storie individuali dei suoi dipendenti.

E arriviamo finalmente al volontariato aziendale che questo volume di Patrizia Giorgio, Laura Guardini e Renata Villa descrive nei suoi tratti salienti, storici e attuali, ma soprattutto nella sua estrema rilevanza sociale. Il volontariato aziendale costituisce un fenomeno destinato a essere uno dei motori dell'economia civile. La scintilla che ha acceso le energie di questo lavoro è scaturita dalla fortunata congiunzione di amicizia, soprattutto femminile, che ha permesso l'incontro tra diverse persone con un'elevata sensibilità sociale. Tra queste Lina Sotis, infaticabile e gentilmente volitiva promotrice dell'iniziativa Quartieri Tranquilli a Milano, e Patrizia Grieco che nella sua presidenza all'Enel ha dato anima e corpo a numerose e originali opere sociali. Ma il passaggio fondamentale di questo libro sta nella collaborazione paritetica tra un'azienda e una organizzazione di volontariato.

Questa alleanza forma un compromesso felice e produttivo tra l'afflato solidale dei dipendenti e i bisogni di una comunità che esprime spontaneamente le proprie organizzazioni di volon-

tariato. Il principio di sussidiarietà funziona così. La partnership tra impresa e comunità è un moltiplicatore dei suoi eventuali frutti. Perché sempre di più la comunità sarà chiamata a svolgere un ruolo di supplenza rispetto allo Stato – che non avrà le risorse per rispondere a tutte le necessità – e rispetto al mercato. Per sua natura quest'ultimo non è in grado di regolare la domanda e l'offerta di beni comuni che non hanno, per fortuna, un prezzo. Qual è il valore della pace confortevole di un anziano in difficoltà economiche o di una famiglia che riesce nonostante tutto ad assicurare al figlio un'istruzione e una prospettiva di lavoro? Che importanza può avere, ammesso che sia traducibile in un numero, in una quotazione, la sicurezza di un quartiere ad alta immigrazione e a complessa integrazione? Com'è misurabile il senso di appartenenza a una società, la certezza di essere aiutati se gravemente malati, di avere un supporto per persone disabili, anziani cronici, complessi e fragili? Gli esempi potrebbero essere infiniti.

Il volontariato aziendale è poi l'altra faccia del volontariato di competenze che è forse più importante della generosità finanziaria degli italiani. Le organizzazioni di volontariato soffrono più per la mancanza di profili competenti che per la scarsità delle risorse. Non è raro poi che nelle aziende, all'approssimarsi della pensione, si liberino energie di valore che possono essere prestate – con piena soddisfazione dei singoli – a un'attività part time nelle imprese sociali. Un modo per accompagnare in maniera meno traumatica le persone al distacco della quiescenza. Se la collaborazione è paritaria è più facile che sia proficua. Per tutti. Perché questa è una caratteristica imprescindibile dell'attività solidale. Il bene è reciproco. Diverso ma reciproco. Lo può essere, a queste condizioni, anche per un'azienda, per renderla più sostenibile e accettabile. Per i suoi dipendenti che si sentiranno più cittadini attivi e consapevoli. E soprattutto per i destinatari finali, le persone che

hanno bisogno, che non sono mai l'oggetto, e nemmeno lo strumento, anche delle migliori iniziative. Questa è la differenza tra l'egoismo della carità e la bellezza incomparabile del bene fatto bene.