

IL PERSONAGGIO

L'Economia

**VOLONTARI & IMPRESE**  
UN INCROCIO  
CHE CI FARÀ  
CRESCERE TUTTI

# MARIAVITTORIA RAVA



La storia dei 560 consulenti Bcg nella Cascia terremotata  
Quando le aziende coinvolgono i dipendenti  
promuovendo con No profit e comunità azioni solidali,  
si crea davvero valore. Ora si misurerà anche per legge  
Il racconto della presidente della **Fondazione Rava**

di **Giuditta Marvelli**

**D**ietro alla cronaca della gita aziendale alternativa di 560 professionisti della consulenza che invadono Cascia, in questo scorcio di settembre, per contribuire a rimettere in moto l'economia e la fiducia del borgo dove nacque Santa Rita, devastato dal sisma del 2016, ci sono le potenzialità del «volontariato d'impresa». Una definizione vagamente *vintage*, che però contiene un buon tasso di novità e valore. Addirittura misurabile, come stabilisce uno degli ultimi decreti attuativi della Riforma del Terzo settore. E se una cosa si può quantificare, poi, si può inserire nei bilanci.

## La storia

Per intuire le potenzialità dell'idea basta ascoltare Mariavittoria Rava, alla guida della Fondazione intitolata alla sorella Francesca, da vent'anni in prima linea per i bambini in difficoltà in Italia e nel mondo — tra i suoi progetti più noti c'è quello del-

l'unico ospedale pediatrico di Haiti — ma anche per diffondere la cultura del volontariato tra individui e, appunto, sempre più imprese. Con molteplici iniziative in cui sono coinvolti nomi come Bcg, Kpmg, Mellin, Chiesi, Lierac o Snam.

La sua esperienza specifica e la sua idea di futuro si capiscono meglio ascoltandola durante una visita alla spartana e accogliente sede della **Fondazione Francesca Rava-Nph Italia**, un seminterrato milanese traboccante di persone, idee, voglia di fare e scatoloni. «La solidarietà efficace? Non si improvvisa. Soprattutto se a praticarla non sono solo i singoli, ma corpi sociali ed economici. Come le aziende e le istituzioni», dice Rava.

Nell'era in cui la sostenibilità è una parola d'ordine (talvolta abusata) chi si trova nelle stanze dei bottoni va a caccia di nuovi modelli. Fare business ignorando la domanda di attenzione della società e dell'ambiente sta diventando riduttivo. Di reputazione «verde», insomma, non si



può più fare a meno. Tanto che le domande sull'impegno sostenibile — racconta Rava — iniziano a fare capolino anche nei colloqui di assun-

zione. Talvolta sono i candidati a chiedere all'azienda che cosa fa. Talvolta è l'azienda che sonda il candidato per capire quanto è sensibile all'argomento.

Ma per essere imprese sostenibilmente credibili, ci vuole metodo e visione. Non più l'impegno eroico di cuori solitari, piuttosto una partitura per orchestra.

## L'evoluzione

In principio c'era l'imprenditore che massimizzava il profitto e poi (a volte) si sentiva in dovere di restituire qualcosa alla comunità di cui faceva parte. Poi è venuto il tempo delle fondazioni aziendali, veicoli con il compito specifico di individuare progetti in cui l'impresa potesse impiegare una parte degli utili. Ma anche questo non basta più. «Il futuro è del volontariato aziendale — spiega Rava —. Un incrocio virtuoso tra cinque elementi chiamati a lavorare insieme: la governance aziendale, i dipendenti, le istituzioni, la comunità e un soggetto del terzo settore radicato o comunque attivo nel territorio del progetto».

E qui torniamo all'apologo di Cascia e alla lenta avanzata della legge che cambierà la faccia del Terzo settore che Rava definisce, «un primo passo per aumentare la trasparenza e per offrire alle migliaia di realtà No profit e a milioni di volontari impegnati un riconoscimento "professionale" e una misura sempre più precisa del peso del loro lavoro».

Il viaggio a Cascia nasce dalla collaborazione tra **Fondazione Rava** e Boston consulting group, leader globale della consulenza guidato in Italia da Giuseppe Falco, che si è chiesto

che cosa fare per coinvolgere partner, collaboratori, dipendenti e i giovani di un'associazione legata all'azienda in un'attività extra lavorativa, utile alla costruzione dello spirito di gruppo, che non fosse il tradizionale *week end* in un bel posto.

La proposta di un percorso che portasse nel paese terremotato, riempiendo agriturismi e hotel azzoppati

dalla tragedia, ma anche armando consulenti e personale amministrativo di pennelli per pitturare le scuole o di guanti per piantare le rose nei giardini ha fatto il «tutto esaurito» nell'universo di Bcg. La cena in piazza con gli abitanti, che tra il 18 e il 20 settembre hanno vissuto l'invasione come una benefica rottura del silenzio imposto dalle macerie ancora visibili, è stata il culmine dell'iniziativa che mette in pratica — secondo Rava — tutti i capisaldi del volontariato d'impresa.

«L'azione con Bcg fa seguito ad un nostro impegno progettuale sul territorio che dura da un po'. Abbiamo donato alcune scuole dopo il sisma e contribuito alla riapertura dell'ospedale della Valnerina», dice Rava. L'azienda ha quindi messo in campo tutte le sue competenze, le persone e la loro capacità di lavorare in squadra oltre naturalmente alla forza economica, per condividere il potenziamento di un piano avviato, fatto anche di rapporti con le istituzioni e con la comunità locale.

Chi ha partecipato è arrivato preparato: ognuno o sapeva che cosa fare anche prima di partire (tu planti le rose, io aiuto i volontari della protezione civile e così via) e il ritorno, evidente, è stato positivo per tutti. Cascia ha 560 «ambasciatori» in più e le storie pubblicate sui *social* a fine

esperienza hanno suscitato grande interesse, anche da parte di altre aziende.

La misurazione dell'impatto del volontariato aziendale *tailor made* — perché a questo bisognerebbe arrivare per massimizzare l'effetto positivo delle azioni — è una delle cose su cui puntare di più, spiega ancora Rava. Ad ogni azienda il suo progetto e il suo set di partner adeguati. Prendere le misure del bene non deve essere un tabù. Se non si impara a farlo, si rinuncia a rendere visibile l'efficacia del grande lavoro di un settore, il No profit, che nel suo complesso — dicono statistiche note, forse sempre troppo poco valorizzate — coinvolge oltre 5,5 milioni di italiani, rappresenta diversi punti percentuali di ricchezza nazionale lorda (3-4%) e fa risparmiare allo Stato 7-8 miliardi se si prova a tradurre in denaro quel che vale la supplenza solidale, laddove il servizio pubblico è carente.

## Numeri



**Il rendiconto quantitativo e qualitativo dell'impatto sul territorio nel decreto di luglio**



**Il computo della solidarietà può arricchire i bilanci delle aziende profit**

Proprio pochi giorni fa sono state pubblicate sulla *Gazzetta Ufficiale* le linee guida per la valutazione d'Impatto (Decreto del Lavoro 13 luglio 2019), uno dei tanti che porteranno alla messa a terra della riforma del terzo settore. Per la prima volta si scrive nero su bianco l'importanza di misurare con diversi strumenti condivisi (dalle interviste ai partecipanti alle ricadute di costi e risparmi) l'effetto che fanno i mille percorsi della solidarietà italiana. «Si tratta di un metodo sperimentale per una rendicontazione quantitativa e qualitativa che tiene finalmente in conto tutti i protagonisti», spiega Rava.

La norma vale per le imprese *no profit* — che entro il 2020 con l'entrata in vigore della nuova legge verranno registrate e classificate in modo nuovo, con richiesta di maggior trasparenza e criteri in parte mutuati dal mondo anglosassone — ma può produrre numeri e valutazioni utilizzabili anche dalle imprese *profit* che vogliono fare del volontariato di questo tipo, dandone conto nei propri bilanci, sociali e non.

© RIPRODUZIONE RISERVATA