



LA NUOVA FRONTIERA DELLA CSR: IL VOLONTARIATO D'AZIENDA

di Francesco D'Alessandro

“Non si nasconde fuori dal mondo chi lo salva e non lo sa. E' uno come noi, non dei migliori”.

Con questi versi il poeta Montale introduce uno dei concetti antropologici più forti che sono alla base delle interrelazioni tra le persone: il bisogno di essere l'uno per l'altro un riferimento quotidiano, senza necessariamente rientrare nella cerchia degli “eroi” per chi è laico, senza attingere alla dimensione soprannaturale dei “santi” per chi crede, ma scoprendo questa esigenza di relazionalità positiva, come intima e presente in ogni uomo, anche tra quelli più individualisti e lontani dal richiamo della socialità.

A questa categoria del vivere insieme, alla sottesa esigenza di essere, ciascuno per la propria parte, protagonista del cambiamento, del miglioramento delle relazioni tra persone, e in definitiva strumento necessario per il raggiungimento di obiettivi comuni di lavoro e di crescita, risponde quella realtà sempre più forte che oggi viene identificata come “Terzo settore”. Quanto mai necessario in tempi di

crisi del “welfare state”, il “Terzo settore,” come noto, si differenzia dal “Primo”, cioè dallo Stato, che eroga beni e servizi pubblici, e dal “Secondo”, cioè il settore “for profit” che produce beni privati, colmando quell'area tra Stato e Mercato nella quale si offrono servizi, si scambiano beni relazionali, si forniscono risposte a bisogni personali in linea con approcci che non sono connotati dagli strumenti tipici del mercato, e che vengono appunto identificati come “no profit”.

Può sembrare dunque strano, quasi una contraddizione in termini, parlare di volontariato d'azienda, eppure non è così, poiché il volontariato d'azienda è diventato via via una delle componenti basilari della Responsabilità sociale d'impresa, ormai meglio nota con l'acronimo anglosassone di CSR (Corporate Social Responsibility), che indica il terreno di confronto dove anche le imprese tradizionali si misurano con le loro responsabilità non più solo meramente economiche. In altri termini la CSR rappresenta “l'integrazione volontaria delle preoccupazioni