

Sempre più imprese propongono ai dipendenti il payroll giving. L'esperienza di Unora

Il volontariato aumenta la fedeltà

La donazione tramite azienda rafforza la coesione dello staff

Pagina a cura
di SIMONA D'ALESSIO

Il valore di un'azienda si misura dal suo fatturato, ma la sua buona reputazione si certifica con parametri differenti: uno di questi è il coinvolgimento dei dipendenti in progetti di volontariato. La filantropia, ovviamente, fa bene a chi ha bisogno d'aiuto. Nel panorama aziendale, però, si va scoprendo che l'attenzione ai bisogni del prossimo e il recupero di una dimensione etica del profitto rappresentano un saggio investimento. È su questo sentiero che cammina il payroll giving, un servizio che l'impresa offre ai lavoratori per sostenere specifiche cause benefiche in maniera trasparente e comoda. E che sta dando buoni frutti nella Penisola, in seguito alla sua affermazione negli Stati Uniti e in Gran Bretagna. Grazie alle opportunità introdotte nel novembre del 2008 dalla risoluzione 441/E dell'agenzia delle Entrate (ossia l'autorizzazione alla restituzione della detrazione del 19% della donazione da parte del datore di lavoro in qualità di sostituto d'imposta), infatti, si può compiere un gesto generoso con la semplice compilazione di un modulo di adesione, allegato alla busta paga che si riceve mensilmente; in alternativa, poi, il dipendente può comun-

I PROTAGONISTI DEL PAYROLL GIVING	
L'AZIENDA	Intermediario fra dipendenti ed onlus, offre ai lavoratori la possibilità di aderire alla raccolta dei fondi sommando l'importo delle trattenute ed effettuando i versamenti
IL DIPENDENTE	Compila il modulo di adesione allegato alla busta paga, scegliendo di destinare parte della retribuzione mensile (minimo un'ora di lavoro) a favore di uno o più enti benefici. È libero di recedere in qualsiasi momento
LE ONLUS	Destinatari delle risorse, le usano per progetti socio-sanitari, medico-scientifici, ambientali, ecc. Hanno l'obbligo di far pervenire all'azienda e ai lavoratori una relazione sulle attività di solidarietà avviate grazie ai loro soldi

que decidere di portare in deduzione dall'imponibile l'intera donazione annuale, come confermato nella successiva risoluzione 160/E del giugno 2009 (dovrà certificare la propria offerta e presentare le ricevute nella dichiarazione dei redditi). L'azienda, dal canto suo, ha la possibilità di incentivare la partecipazione della sua forza lavoro nel programma, erogando un importo pari a quello complessivamente donato (la definizione di questo meccanismo è il match giving, che permette anche di avere dei vantaggi fiscali). Pioniera del payroll giving all'italiana è Unora (www.unora.org), un comitato che propone direttamente alle aziende questa agevole formula di raccolta

dei fondi, e che comprende sei fra le principali organizzazioni del terzo settore italiane: Action Aid, Aism, Amref, Lega del Filo d'oro, Terres des hommes e Wwf. Le cause che queste associazioni, attive da molti anni nel nostro Paese e all'estero, hanno abbracciato sono diverse, poiché si va dalla cura dei malati di particolari patologie all'aiuto allo sviluppo delle popolazioni africane, fino all'impegno nella difesa dell'ambiente. Alle imprese e a chi vi lavora, dunque, non rimane che l'imbarazzo della scelta su quale buona azione supportare.

Un esempio da mettere in luce è quello di Poste italiane, che nel 2009 ha promosso un piano per la tutela dei diritti

dell'infanzia («Un'ora che vale una vita»), nell'ambito delle sue iniziative di Responsabilità sociale d'impresa. Carl Drexler, presidente di Amref (una delle onlus che ha beneficiato delle sovvenzioni), sottolinea come si è trattato del «primo importante caso di payroll giving, seppure non basato sulla donazione regolare, che ha riunito un network di nove organizzazioni che operano in diverse zone del mondo con progetti che mirano alla costruzione di scuole, alla creazione di ospedali, al recupero dei bambini di strada, alla lotta al lavoro minorile, all'educazione ambientale». Nel corso di sei mesi, aggiunge, «sono stati raccolti ben 330 mila euro per un tota-

le di circa 25 mila ore donate». Ad essere grata alle Poste e ai suoi dipendenti è anche la Lega del filo d'oro, a cui sono stati destinati in un semestre oltre 50 mila euro utili, racconta il segretario Sergio de Tollis, a realizzare «un progetto che riguarda la logopedia, attività di riabilitazione fondamentale per i bambini sordociechi per lo sviluppo del linguaggio e della comunicazione non verbale».

È stato provato, inoltre, che per un lavoratore dipendente conoscere la destinazione dei soldi elargiti (fra i doveri del comitato Unora c'è anche quello di fornire costanti informazioni sui progetti finanziati, ndr) assieme ai colleghi e all'azienda, rafforza il senso di comunità e la coesione dello staff, così come accresce la motivazione e la fiducia nelle capacità dei propri capi. Infine, in un recente sondaggio comunitario sul tema dell'etica nel lavoro, è emerso come il 58% dei Paesi europei (il 64% in Italia) ritenga che il mondo economico non dedichi sufficiente attenzione alla responsabilità sociale; il 44% degli intervistati (la percentuale italiana scende al 16%) è anche disposto a riconoscere un valore maggiore ai prodotti di un'azienda «virtuosa». Segnali, questi, che i manager illuminati non possono permettersi di ignorare.

PARLA RICCARDO MASIA, ALLA GUIDA DELL'AREA CSR DI ASSOKNOWLEDGE

Un manager per la cura della reputazione

In ritardo di oltre un decennio rispetto agli altri Paesi occidentali, l'Italia sta rapidamente recuperando terreno sul fronte della responsabilità sociale delle imprese. A confermarlo, in un colloquio con IOLavoro, è Riccardo Masia, alla guida dell'area Csr (Corporate social responsibility) di Assoknowledge, l'associazione di Confindustria Servizi innovativi e tecnologici che rappresenta sia le aziende che si occupano di formazione delle risorse umane, sia quelle produttrici e utilizzatrici di knowledge (conoscenza). La figura professionale «atipica» che si va sviluppando, sottolinea, è quella del «manager della eticità».

Domanda. La responsabilità sociale in ambito imprenditoriale è un elemento in costante evoluzione nel nostro Paese. Quando è cominciata la sua crescita?

Risposta. Da alcuni anni in Confindustria vi sono delle associazioni e delle fondazioni come Anima e Sodalitas, solo per fare due esempi, impegnate su questo versante. Assoknowledge (costituitasi nel 2002, ndr) se ne occupa in questo modo: si integra nelle nuove tecnologie con lo sviluppo sostenibile, in modo che la responsabilità sociale venga in-

terpretata come uno strumento per raggiungere obiettivi di crescita imprenditoriale etici. È giusto sostenere che l'Italia si stia evolvendo, ma la nostra sensibilità si è manifestata ben dopo quella statunitense (che risale ai primi anni Ottanta), a cui sono seguiti gli esempi di Gran Bretagna e Germania (in quest'ultimo Paese, il terreno era fertile a causa del grande radicamento del welfare state). I primi sussulti da noi ci sono stati nella metà degli anni Novanta, quando ancora la finanza etica era legata al concetto di bilancio sociale, il quale veniva utilizzato come strumento di promozione e marketing.

D. Che cosa fa un Csr manager?

R. Si tratta di una figura atipica nel panorama aziendale che può essere inserita nei percorsi di qualità. È il manager della eticità, che non si ferma soltanto ai sistemi di controllo qualitativi tradizionali. Tutti gli strumenti di rendicontazione sociale dell'impresa passano attraverso il Csr manager, che li vaglia.

D. Quali sono i vantaggi di avere in azienda questo professionista?

R. Il vantaggio primario è l'accrescimento della competitività. Grazie



Riccardo Masia

all'impegno di questa figura, infatti, la reputazione dell'impresa viene rilanciata e, di conseguenza, si può andare a prendere nuovo mercato, ossia si possono attrarre altri consumatori.

parlo degli stakeholders di riferimento, ovvero istituzioni locali, corporazioni, società come la Confindustria stessa impegnate nell'aggregazione aziendale, senza dimenticare ovviamente i consumatori diretti.

D. Quali sono i canali di formazione per diventare un Csr manager?

R. Esistono dei percorsi di specializzazione in responsabilità sociale d'impresa presso la facoltà di Economia aziendale. Guardando anche alla mia esperienza, comunque, mi sento di indicare che lo studio delle discipline economiche generali è di grande aiuto per comprendere come va il mercato, e capire in che modo si possa aumentare la competitività di un soggetto imprenditoriale.

D. Si guadagna bene?

R. Lo stipendio dipende dalla società. E, soprattutto, dipende dalla direzione che i suoi vertici vogliono prendere, ossia dai processi che metteranno in atto per realizzare una dimensione etica dell'impresa.