

VISIONI VOLONTARIE imprese e persone solidali

di

Linda Gobbi, Future Concept Lab

Avvicinarsi a valori di impegno sociale può giocare un ruolo strategico di grande peso in termini di credibilità e prestigio

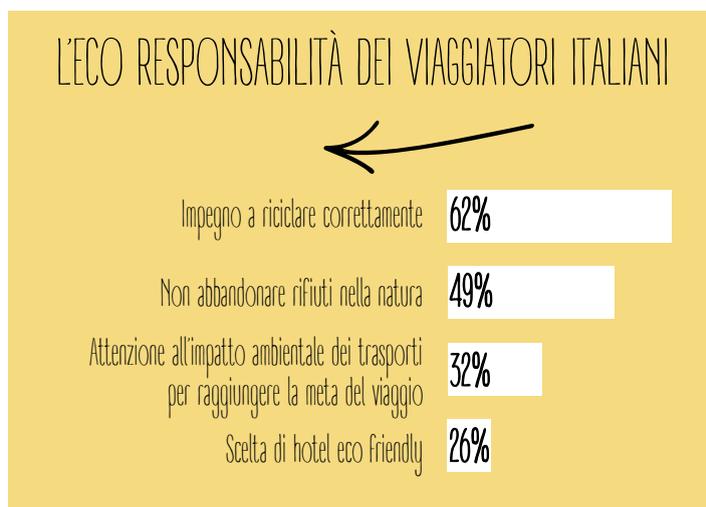
È stata un'estate all'insegna di nuove sfide sul piano economico e sociale, a partire dall'emergenza climatica e ambientale. La risposta è stata, in alcuni casi, quella delle visioni volontarie ovvero quando le aziende si avvicinano sempre più a valori di impegno sociale anche se non richiesto nel loro business, oppure quando le persone, nelle scelte di viaggio e attività estive, scelgono l'esperienza di volontariato nei luoghi in cui scelgono di trascorrere parte delle loro vacanze.

Partiamo dal mondo aziendale: la Dichiarazione sugli obiettivi delle società presentata in agosto dalla Business Roundtable, associazione della Corporate America che raggruppa oltre 180 imprese che impiegano dieci milioni di dipendenti - da IBM a JPMorgan, da

Apple ad Accenture, da P&G fino a Johnson & Johnson - costituisce uno spartiacque nella storia del capitalismo occidentale, ponendo tra le priorità del proprio operare il rispetto dell'ambiente, il benessere dei lavoratori e la prosperità delle comunità in cui operano. Un forte segnale di discontinuità, a quarant'anni dalla

dichiarazione del premio Nobel per l'Economia Milton Friedman: "Il business ha una e una sola responsabilità nei confronti della società: svolgere attività che aumentano gli utili". Da questo cambio di paradigma deriva uno scenario in cui l'etica riconquista, lentamente, il suo ruolo, ragionando sulle infinite declinazioni della

diversity, umana e ambientale. Nel cambiamento digitale della vita onlife in cui siamo immersi, era ed è ancora forte il rischio che si dovrebbe evitare: la perdita di valore delle cose, delle persone, della loro profondità, come effetto apparentemente inevitabile di comportamenti veloci, ricorsivi, automatici, verso cui inconsapevolmente larga parte della società è orientata. Alcuni dati, come vedremo, sono tuttavia incoraggianti come ad esempio le numerose proposte di viaggio-vacanze all'insegna della solidarietà (importanza di fare comunità), sostenibilità (dalla scelta del mezzo di trasporto, della struttura ricettiva, agli obiettivi del viaggio, rigorosamente green), lentezza (allo storico percorso della via Francigena oggi si affiancano i più originali viaggi esclusivamente a piedi). Quindi, vi è un ampio

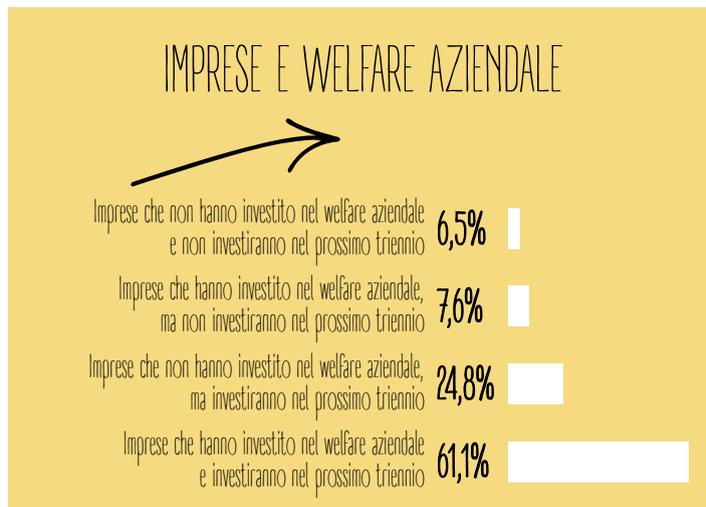


Fonte: Summer Vacation Destinations, TripAdvisor, report 2019

marginale di cambiamento sia delle priorità, sia della concezione stessa della visione aziendale, che, al di là del profitto e della classica corporate social responsibility, assume l'impegno di un maggior rispetto nei confronti della società, della comunità, dei dipendenti, costruita su valori stabili strutturati in un'etica riconoscibile. Virginie Helias, a capo della sostenibilità in P&G aveva annunciato al Forum Sustainable Brands nella primavera scorsa l'impegno a una riduzione del consumo di acqua nell'uso di gran parte dei suoi prodotti fino alla riciclabilità totale entro il 2022.

È in questo quadro che si afferma la tendenza alla visione volontaria: strutturata, duratura, profonda, in cui l'alta formazione di aziende e organizzazioni può giocare un ruolo strategico di grande peso in termini di credibilità e prestigio.

Il caso di Academia Berlucci, progetto voluto da Guido Berlucci & C. in Franciacorta, è un esempio di nuove relazioni da far nascere e crescere. L'intento dell'Accademia è creare un circolo virtuoso del sapere, coinvolgendo anno dopo anno esperti e opinion leader su temi caldi del cambiamento sociale. Un contributo volontario che l'azienda vuol dare al territorio e alla propria



Fonte: indagine Unioncamere, 2019

comunità di dipendenti, clienti e cittadini, integrando le più consolidate logiche aziendali, rinnovate con l'applicazione dei principi dell'economia circolare e toccando il campo dell'innovazione sostenibile.

Un futuro possibile e desiderabile per le ricadute positive all'interno delle aziende e sulla loro competitività, come dimostrano i dati pubblicati da Symbola nel report I.T.A.L.I.A. 2019 dove emerge che ben il 61,1% delle imprese che hanno già investito nel welfare aziendale continueranno a farlo nel prossimo triennio e un 24,8% di imprese che non hanno ancora investito nel welfare aziendale hanno deciso di farlo nel prossimo triennio (dati 2018).

Ogni visione etica deve continuare a proporre

l'esercizio appassionante del rispecchiamento multiplo: è necessario che le persone si sentano coinvolte. Non più solo il sogno aspirazionale di somigliare ai divi più amati che diventano testimonial, ma la pretesa di essere riconosciuti come possibili protagonisti, ad esempio attraverso lo strumento del Cash mob etico -il voto con il portafoglio dove il gesto d'acquisto diventa un voto favorevole verso aziende virtuose- messo a punto dall'associazione NeXt (Nuova Economia per Tutti) impegnata in un'attività di cittadinanza attiva e consumo responsabile con l'obiettivo di premiare ogni buona pratica locale che si contraddistingue per strategie e comportamenti rispettosi di ambiente e persone. Del resto, le visioni volontarie sembrano essere sempre più

diffuse. Il paradigma della sostenibilità emerge con forza nel mondo del turismo: un settore in cui le scelte sono altamente intenzionali e motivate, senza i vincoli della quotidianità più stressante. Lo dimostra l'impennata di prenotazioni negli hotel, nei b&b e nelle altre strutture ricettive impegnate sui temi della responsabilità ambientale. Secondo una recente ricerca di TripAdvisor pubblicata a giugno 2019 (ricerche e prenotazioni per il periodo giugno-agosto 2019), si afferma che "L'attenzione per l'ambiente (non) va in vacanza": un italiano su 4 ha dichiarato che quest'anno, rispetto al 2018, è più attento al proprio impatto ambientale.

I campi di volontariato ecologico, inoltre, registrano un numero crescente di iscritti, soprattutto giovani, ma sono aperti anche agli adulti e sempre più spesso anche alle famiglie. Le attività sono varie: raccogliere rifiuti in una spiaggia, partecipare alla manutenzione di un bosco, piantare alberi, occuparsi della salvaguardia di animali protetti come le tartarughe marine, di luoghi abbandonati o strutture fatiscenti da recuperare per un nuovo uso collettivo. Visioni volontarie destinate a diventare trending topic, oltre i confini del web, per coinvolgere ancor più cittadini e imprese. 🌱