



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

EMILIA ROMAGNA
UNIONE REGIONALE DEL COMMERCIO, DEL TURISMO E DEI SERVIZI

Selezione Stampa



Comitato Direttori
Bologna, 21 Settembre 2017

Il welfare disegnato dalle comunità

Fundraising locale, collaborazioni tra pubblico e privato, piattaforme digitali: così il territorio trova soluzioni nei servizi
Alessia Maccaferri – Il Sole 24 Ore domenica NOVA – 17 Settembre 2017

Duecentotredici anziani ogni cento giovani. L'indice di vecchiaia nel Verbano Cusio Ossola supera grandemente la media nazionale (158 nel 2014). Come testimonial Emma Morano che – morta lo scorso aprile – è stata coi suoi 117 anni la persona più anziana del pianeta. Questo territorio piemontese longevo e perlopiù montano ripensa ora i servizi mettendo al centro i bisogni della persona ancora autosufficiente ma che ha bisogno di relazioni e piccoli aiuti. Anziché fare il giro delle sette chiese l'anziano o i suoi familiari bussano a una sola porta, un operatore socio-sanitario che poi mette in moto tutte le risorse e le figure professionali o di volontariato di quello che viene chiamato distretto sociale. Così il progetto «La cura è di casa» ha preso in carico 187 anziani, grazie a 23 partner (tra cui consorzi sociali, case di riposo, associazioni di volontariato) guidati dalla Provincia. E tra pochi mesi questa sperimentazione di welfare leggero sarà più accessibile grazie a una piattaforma digitale rivolta ai beneficiari, agli operatori e ai volontari.

Il progetto è uno dei 27 del bando Welfare in Azione di Fondazione Cariplo che – in tre anni – ha coinvolto 77 enti pubblici e 183 non profit per mettere in movimento i territori in una visione del welfare che attiva la comunità a riconoscere le proprie necessità, ricostruisce i legami di fiducia, fa rete e costruisce percorsi condivisi che valorizzano le ricchezze presenti nel tessuto sociale. Solo per le prime due edizioni (15 progetti) i cittadini raggiunti dalle iniziative sono stati 113.191 e altri 3.011 hanno partecipato attivamente, assieme a 415 aziende e 4.043 volontari. Di queste partnership hanno beneficiato oltre 10.300 persone. In particolare, i ragazzi inseriti in esperienze con finalità occupazionali sono stati 2.140, mentre 1.649 adulti sono stati inseriti in percorsi di empowerment.

«Dopo tre anni possiamo dire che è possibile innovare le politiche territoriali. Il welfare di comunità – spiega Davide Invernizzi, direttore area Servizi alla persona di Fondazione Cariplo – si dimostra sostenibile se gli obiettivi sono chiari, se si mettono in campo partenariati validi e sentiti, se si comunica con efficacia. Con questo progetto abbiamo testato anche la disponibilità degli enti territoriali a fare pool di risorse e cambiare l'approccio al welfare». A Lecco, per esempio, la comunità si è spesa per il progetto Living Land che sostiene percorsi per recuperare i ragazzi che non lavorano né studiano e per fornire soluzioni leggere agli anziani che possono ancora vivere a casa. Ebbene accanto a Fondazione Cariplo che ha stanziato 1,5 milioni la comunità locale si è riproposta di finanziarne 1,7. «Di fronte alla reazione positiva dei territori – spiega Paolo Dell'Oro, segretario della Fondazione di comunità di Lecco che gestisce il fondo Living Land – c'è stato un ingaggio morale forte da parte dei Comuni che hanno riconosciuto il valore educativo del progetto». Fatto per niente scontato in un periodo di tagli alla spesa pubblica. A fronte di 30,4 milioni di euro di contributi erogati da Fondazione Cariplo in tre anni, il costo complessivo è stato pari a 67 milioni. Inoltre solo sui primi due anni la raccolta da parte di singoli e aziende è stata di 1,53 milioni di euro.

Oltre a rompere il modello del welfare assistenzialista, il bando ha invitato a lavorare sui nuovi bisogni. Per esempio, il Comune di Milano ha lanciato WeMi, una piattaforma per cittadini, che cercano servizi di qualità, dalla colf alle badanti. L'amministrazione ha pensato non tanto alle situazioni di grave fragilità economica di cui si occupa già in modo diretto. Ma a tutti i milanesi che vogliano trovare un punto di riferimento per orientarsi tra servizi e scegliere quelli di qualità e certificati. Sarà attivata una nuova versione digitale che consentirà di prenotare e pagare direttamente i servizi. «In molti casi strumenti digitali come le piattaforme permettono l'intermediazione tra domanda e offerta a livello territoriale» osserva Monica Villa che per Fondazione Cariplo presenterà i risultati del bando il 22 settembre a Milano.

Dalla Lombardia al Veneto, il modello di welfare di comunità si sviluppa ma a partire dal welfare aziendale. «Quattro anni fa ci siamo chiesti: i bisogni che hanno i cittadini in termini di servizi sono gli stessi che hanno i dipendenti delle imprese?» spiega Fabio Strelotto che guida la società di consulenza Innova. Dall'indagine che ha coinvolto lavoratori e famiglie sui temi della conciliazione vita-lavoro e della sicurezza, Innova ha stimolato il progetto WelfareNet che dall'Alta Padovana si sta estendendo come rete di servizi in tutto il Veneto (grazie a un bando della Regione). «Abbiamo contribuito a sviluppare la piattaforma digitale TreCuori, in cui cittadini accedono ai servizi a seconda della loro situazione socio-economica. I lavoratori delle imprese sono liberi di pagare con il credito welfare i propri fornitori di fiducia attraverso il pagamento telematico» aggiunge Strelotto. La piattaforma svolge anche funzione di «marketing sociale»: non viene richiesta una fee ma un sostegno a piccole realtà del territorio, come scuole, onlus, associazioni sportive, culturali o benefiche. «Con la funzione del "welfare pubblico" mettiamo a disposizione delle amministrazioni locali uno strumento per gestire i contributi sociali senza che le persone siano stigmatizzate, perché tutti hanno la stessa tessera, i lavoratori che godono del welfare aziendale e le persone in disagio economico». A integrare la piattaforma ci pensano i WelfarePoint, una sorta di agenzia di innovazione sociale che orienta persone e aziende grazie a operatori professionali, facilitati dal gestionale Ambrogio, un maggiordomo virtuale, che aiuta a organizzare la domanda e l'offerta di servizi nel territorio.



AZIENDE /

TreCuori: un provider di welfare aziendale attento al territorio

Attraverso la sua piattaforma, TreCuori offre servizi alle imprese partendo dall'offerta presente nel territorio
di Valentino Santoni

29 agosto 2017



I provider di welfare aziendale sono società private che si occupano di sostenere le imprese nelle varie fasi di **ideazione, implementazione e monitoraggio di interventi o piani di welfare**.

Attualmente esistono varie realtà inseribili all'interno del **mercato dei provider di welfare**: le società di servizi, le software-house e le piattaforme on-site, le società di brokeraggio assicurativo e alcune società definibili spurie.

Percorsi di secondo welfare ha deciso di dedicarsi a questo tema **realizzando una ricerca** – i cui dati

saranno pubblicati all'interno del **Terzo Rapporto sul secondo welfare in Italia** – e degli approfondimenti sulle realtà italiane più rilevanti. Lo scopo della ricerca, che si è svolta tra dicembre 2016 e febbraio 2017, è stato quello di **indagare e analizzare i cambiamenti** avvenuti all'interno del mondo dei fornitori di servizi di welfare dopo l'introduzione delle novità previste dalla **Legge di Stabilità 2016**.

In questo approfondimento (che segue quelli su [Edenred](#), [Easy Welfare](#), [Eudaimon](#), [Willis](#), [Day](#), [DoubleYou](#), [Welfare Company](#), [Happily](#), [Jointly](#), [Sodexo](#), [Family Partner](#) e [One Family](#)), attraverso l'intervista con **Alberto Fraticelli** (Co-founder e direttore della società), vi presentiamo una realtà diversa dalle precedenti: **TreCuori**.

Quali sono gli elementi distintivi del welfare di TreCuori?

TreCuori vuole superare i limiti che il welfare tradizionale impone ai vari utilizzatori ed è basato su questi **principi**: libertà di spesa per i lavoratori, valorizzazione dei servizi territoriali, facilità di utilizzo (anche per le pmi), coinvolgimento dei consulenti ed integrazione con il welfare contrattuale.

Inoltre, TreCuori è l'unica piattaforma che ha fatto una scelta radicale: **il lavoratore deve essere libero di scegliere il fornitore di beni e servizi di welfare che preferisce, senza essere vincolato dalla logica delle convenzioni**. Per questo garantiamo la massima libertà di utilizzo dei servizi e dei benefit di welfare aziendale.

Relativamente alle imprese, vogliamo che siano facilitate attraverso la **semplificazione di tutte le procedure amministrative e finanziarie** e grazie al ruolo dei loro consulenti (in particolare del lavoro) che così rispondono ad un bisogno della loro clientela ampliando la gamma dei servizi offerti. **Anche gli erogatori di beni e servizi godono di un importante vantaggio perché con TreCuori** non devono riconoscere alcuna commissione commerciale per incassare le spese welfare.

Infine **il territorio trae benefici dal welfare aziendale di TreCuori**, perché ogni singolo bene o servizio erogato dall'azienda ai lavoratori tramite i piani welfare genera una **ricaduta positiva sul territorio sostenendo le organizzazioni non-profit locali** scelte dai lavoratori che effettuano gli acquisti.

Quali servizi mettete a disposizione?

I **benefit e i servizi disponibili** sono quelli previsti dalla normativa e riguardano **cinque macro-aree**:

- qualsiasi prodotto o servizio (i cosiddetti “**fringe benefit**”) disponibili nel limite di 258,23 €;
- **la sanità**, quindi: check-up sanitari, cure mediche, cuore odontoiatriche, visite mediche specialistiche e altro ancora;
- **l'istruzione**, che può andare dalle rette di iscrizione ai libri scolastici, dalla mensa alle spese di trasporto, dalle lezioni private alle vacanze studio, fino a doposcuola e attività formative integrative;
- **le varie forme di assistenza alle persone**: assistenza medica domiciliare per familiari non autosufficienti, operatore socio sanitario qualificato, colf – badante e contributi, servizio baby-sitting, insegnate di sostegno, etc;
- **la ricreazione e il tempo libero**, cioè viaggi, vacanze, centri estivi, attività sportive, attività ludiche e anche cinema, teatri, abbonamenti a giornali o riviste, etc.

Nel momento in cui i lavoratori comprendono che con il welfare aziendale possono coprire un **ventaglio di spese molto ampio** si dimostrano molto interessati a questa possibilità.

In che modo sono pagati questi beni e servizi di welfare aziendale?

Le modalità di pagamento sono semplici. La prima modalità è quella **attraverso un documento intestato a TreCuori** e può avvenire da casa per via telematica (come un normale bonifico “home banking” pagato dalla piattaforma) oppure direttamente in negozio con una card legata al proprio Conto Welfare. **La seconda modalità è quella rimborsuale**: il lavoratore (limitatamente ai servizi ammessi a rimborso) si presenta in negozio, paga il bene o il servizio e caricherà il documento nella propria area riservata per essere rimborsato entro una settimana direttamente dalla piattaforma TreCuori.

Quale tipologia di aziende sceglie TreCuori per attivare un piano welfare?

Qualsiasi azienda a prescindere dalla propria dimensione (da quella con migliaia di lavoratori a artigiani e commercianti con un solo dipendente) attraverso il ruolo fondamentale dei loro consulenti, ad esempio consulenti del lavoro o associazioni di categoria. Naturalmente le aziende che sono particolarmente **legate al proprio territorio** o interessate ad attivare azioni di **Corporate Social Responsibility** trovano in TreCuori un partner ideale, unico nel mercato.

Anche per questo hanno scelto TreCuori per sé e per i propri soci alcune associazioni di categoria quali **Confartigianato**, **Confcommercio Veneto** (altre regioni sono in corso di avvio) e **WelfareNet**, un progetto che vede la partecipazione di tutti i principali enti di rappresentanza di imprese e lavoratori (compresi i sindacati) della Regione Veneto.

Perché TreCuori riesce ad innescare la ricaduta positiva sul territorio?

Per due motivi: prima di tutto perché non essendo vincolati dalla logica delle convenzioni, è probabile che i lavoratori decidano di **spendere il proprio conto welfare presso un'attività di propria fiducia del territorio** (piuttosto che acquistare on-line o presso catene nazionali). E poi perché le funzionalità di TreCuori non si limitano al welfare aziendale, ma si estendono anche al **marketing sociale e al welfare pubblico**.

Di che cosa si tratta?

Il **marketing sociale** è basato sul fatto che molte persone, avendo piacere che la loro spesa abbia anche una positiva ricaduta sul territorio, **orientano i loro comportamenti di acquisto in favore di negozi o aziende disposti a fare pervenire risorse alle organizzazioni non-profit che stanno loro a cuore**. In questo modo si instaura un circolo virtuoso grazie al quale imprese e negozi promuovono i loro prodotti e servizi, le associazioni e gli enti non profit ottengono contributi economici e le singole persone generano valore condiviso in favore delle organizzazioni che hanno a cuore.

Il **welfare pubblico**, invece, offre funzioni che permettono alle **Pubbliche Amministrazioni** di erogare in maniera efficace contributi economici ai cittadini e alle famiglie a basso reddito o con particolari necessità.

TreCuori quindi non si occupa solo di welfare aziendale: come è nato il progetto TreCuori?

Il **progetto TreCuori** è nato nel 2013 con una logica non-profit per volontà di un gruppo di persone di provenienza diversa (imprese, Terzo Settore, cittadini) spinti dalla forte convinzione che le nuove tecnologie digitali permettessero lo **sviluppo di nuove forme di economia sociale** aperte a tutti nell'interesse collettivo, basate sui concetti di **valore condiviso** e di **economia circolare e generativa**.

Questo nuovo approccio vuole trasformare profondamente il modo di concepire la **Corporate Social Responsibility**, rendendola accessibile ed utile non solo a grandi imprese, ma anche a PMI e a micro-imprese. Il **percorso di integrazione tra il marketing sociale, il welfare aziendale e il welfare pubblico** è stato supportato da Innova Srl, società di consulenza che ci ha aiutato a sviluppare la piattaforma con la logica della sussidiarietà circolare. La forma societaria di Società Benefit (TreCuori Spa SB) è stata, di conseguenza, la naturale scelta per assolvere al meglio al "vincolo di missione sociale" del progetto.

Può spiegarci cosa si intende per Società Benefit?

La **Società Benefit** è una nuova forma societaria inserita nell'ordinamento giuridico italiano nel dicembre 2015. Le Società Benefit **non godono di alcun beneficio fiscale e, per statuto, devono perseguire uno o più obiettivi di beneficio per la collettività**. Inoltre, hanno **specifici obblighi da rispettare**: da un lato, il loro intervento deve essere supervisionato da appositi organi di controllo e, dall'altro, debbono redigere annualmente il bilancio sociale. TreCuori ha scelto di essere una società benefit per rendere esplicito il proprio impegno a **considerare anche l'impatto sociale** generato come parte integrante del proprio sviluppo.

Tornando al welfare aziendale, quali sono, secondo voi di TreCuori, le ragioni per cui le imprese introducono prestazioni di welfare aziendale?

Il concetto del welfare aziendale non è nuovo e diverse grandi aziende viene praticato da anni. Le nuove norme hanno abbattuto molte delle barriere che ostacolavano il diffondersi del welfare. Ciò che secondo noi, più di altro, ha permesso l'importante diffusione che il welfare aziendale sta avendo è stata **la possibilità per l'azienda di attivare un piano senza l'obbligo di una contrattazione sindacale di secondo livello e l'allargamento dei servizi ammessi ai vantaggi contributivi e fiscali**. Siamo convinti che i vantaggi di natura fiscale, finalmente accessibili a tutte le aziende, siano effettivamente importanti, ma che non siano le uniche ragioni alla base della diffusione del welfare. In molti casi sono stati la "miccia" che ha acceso l'interesse sul welfare spingendo le aziende ad informarsi comprendendo così che **il welfare può essere una leva efficace per raggiungere ulteriori obiettivi, quali migliorare il clima aziendale, aumentare la produttività, fidelizzare i lavoratori e attirare nuovi talenti**.

Un altro grande impulso alla diffusione del welfare aziendale viene dal rinnovo dei **Contratti Collettivi Nazionali** che quasi sempre prevedono l'introduzione di servizi di welfare. Il nuovo CCNL dei metalmeccanici, ad esempio, prevede quest'anno l'obbligo di 100 euro in welfare, 150 euro nel 2018 e 200 euro nel 2019. E' una novità importante non tanto per il suo valore economico, ma perché **introduce la cultura del welfare sia tra i datori di lavoro che i lavoratori**, avvicinandoli a una nuova modalità di sostegno del reddito familiare. Per alcune realtà – soprattutto PMI – non è facile adempiere a tali nuovi

obblighi: per agevolare loro e i loro consulenti, in questa prima fase abbiamo deciso di offrire loro condizioni particolarmente agevolate.

Concludendo, perché per la vostra piattaforma avete scelto il nome TreCuori?

Abbiamo scelto il nome TreCuori perché il progetto è nato dalla collaborazione di tre diverse tipologie di soggetti - **le imprese, le associazioni non profit e le persone** - con l'obiettivo di generare **benefici reciproci**. L'idea è che attraverso la loro interazione, possano **perseguire i propri obiettivi e al contempo favorire quelli degli altri soggetti, nella logica della sussidiarietà circolare e del valore condiviso**.

PRIVATI / Aziende

Se il welfare diventa digitale (e territoriale): dal Veneto un modello potenzialmente rivoluzionario

L'accordo tra Confcommercio Veneto e la piattaforma TreCuori getta le basi per la diffusione di uno strumento davvero innovativo
di Lorenzo Bandera

02 febbraio 2017



Il **welfare aziendale**, come sappiamo, per molto tempo si è **sviluppato prevalentemente nelle imprese di grandi dimensioni** che, a differenza delle PMI, hanno a disposizione le risorse necessarie per pensare, implementare e mantenere sistemi complessi a tutela dei bisogni sociali dei propri dipendenti.

Grazie alle novità introdotte dalla **Legge di Stabilità 2016** - e i successivi **aggiornamenti inseriti nel testo 2017** - **anche le piccole e medie imprese hanno però iniziato a**

muoversi con maggiore convinzione nel campo del welfare aziendale. Come hanno spiegato anche Franca Maino e Giulia Mallone in un **recente volume sul tema**, l'utilizzo di strumenti come il **contratto di rete per il welfare**, la diffusione dello **smartworking**, lo sviluppo di progetti complessi come le **reti territoriali di conciliazione lombarde** e, più in generale, il ricorso alla contrattazione di secondo livello, hanno aperto **nuove possibilità anche per le piccole e medie imprese** che vogliono implementare forme di welfare all'interno delle proprie organizzazioni.

Tra le diverse sfide legate a questo ambito, due sono in particolare quelle percepite con maggiore urgenza su diversi territori. Da un lato, la necessità di individuare modalità che permettano alle **best practices di diffondersi e "contaminare" altre aziende**, in particolare le PMI, che vogliono investire in welfare; una sfida che in parte è stata raccolta da **Welfare Index PMI**, che sta svolgendo un interessante lavoro per mappare e individuare le esperienze più positive sviluppatesi in diversi settori produttivi. Dall'altro lato, il bisogno di trovare strade attraverso cui il welfare aziendale, soprattutto se condiviso da più imprese che hanno scelto di investire congiuntamente in questo ambito, possa assumere una **dimensione sempre**

più territoriale. In altre parole, la volontà di capire se e come servizi di welfare pensati prioritariamente per la popolazione aziendale possano progressivamente aprirsi a tutti i cittadini residenti in una data area geografica.

L'Alleanza tra Confcommercio Veneto e TreCuori

È in questo quadro che **Confcommercio Veneto** ha scelto adottare una piattaforma, [presentata il 2 febbraio a Mestre](#), che per quanto ci è dato sapere non ha precedenti in Italia, quanto meno per l'ampiezza del territorio coinvolto e per il numero potenziale di imprese e dipendenti interessati. L'idea è di per sé semplice: ricorrere a uno strumento che mette in aziende, lavoratori, consumatori ed enti non profit per sviluppare sistemi di welfare aziendali all'avanguardia che, nel contempo, permettano di portare benefici anche le comunità di appartenenza delle PMI che scelgono di implementarli.

Si tratta di un obiettivo con cui, a onor del vero, hanno già provato a misurarsi tanti altri, soprattutto in Emilia Romagna. Dove sta allora la novità? A parere di chi scrive nella scelta di adottare, appunto, un'**infrastruttura tecnologica all'avanguardia**, nata con lo specifico obiettivo di **creare forme di secondo welfare che contemporaneamente possano portare beneficio a imprese, cittadini e organizzazioni del terzo settore**.

L'infrastruttura in questione è **TreCuori**: una piattaforma online, accessibile anche attraverso un'apposita App, facilmente **fruibile sia dalle aziende che vogliono investire in welfare** - a cui sono garantiti bassi costi e una gestione semplificata delle pratiche legate alla contabilità - che dai loro **lavoratori** - che possono spendere la propria quota di salario sotto forma di welfare direttamente dai propri fornitori di fiducia. Un sistema che promette di rendere smart e veloci procedure che oggi portano tante aziende a rinunciare allo sviluppo di propri piani di welfare.

Come dovrebbe funzionare il sistema

L'**impresa eroga il premio di produzione sotto forma di welfare attraverso TreCuori**. Il dipendente accede con le proprie credenziali alla piattaforma, dove può vedere il proprio "**credito welfare**" e spenderlo scegliendo tra un'ampia gamma di esercizi commerciali registrati sulla piattaforma stessa. A disposizione ci sono **negozi** - librerie, agenzie viaggi, supermercati, distributori di carburante, ecc - ma anche **erogatori di servizi sociali** - studi medici, strutture sanitarie, assistenti familiari per anziani e persone non autosufficienti, baby sitter, asili, scuole, corsi sportivi, ecc. - dove i beni e servizi sono **pagabili dal dipendente direttamente tramite app**, scalando le risorse dal proprio credito virtuale.

Da un parte, il **dipendente non è vincolato a scegliere tra gli esercizi commerciali indicati dall'azienda** (così come avviene nella maggior parte dei portali di welfare presenti sul mercato) ma può recarsi in tutte le realtà registrate sulla piattaforma e/o coinvolgere nella stessa qualsiasi negozio o erogatore di servizio del territorio. Dall'altra, l'azienda ha a disposizione un sistema informatizzato rapido e semplice per la gestione diretta di tutte le pratiche amministrative per ottenere i benefici fiscali previsti dalla Legge di Stabilità 2016 e confermate da quella del 2017.

Inoltre, come detto, oltre a rendere più semplici le modalità di spesa in welfare, **la piattaforma permette di generare un beneficio per le realtà della società civile**. TreCuori, infatti, punta ad anche ad aiutare le organizzazioni non profit che operano sul territorio: ogni singolo bene o servizio erogato dall'azienda ai lavoratori tramite il piano welfare permette di sostenere organizzazioni non profit scelte dai lavoratori stessi. Ogni esercizio commerciale che si registra (gratuitamente) alla piattaforma, infatti, si impegna a **destinare una percentuale del guadagno ottenuto a realtà del terzo settore** (associazioni non profit, società sportive, gruppi di volontariato, ecc.) registrate (e registrabili) sulla stessa piattaforma.

Le prospettive di questa sinergia

Tanto Confcommercio che TreCuori ritengono che la nuova sinergia che hanno scelto di stringere possa portare benefici a entrambe le organizzazioni ma, soprattutto, a tutti i territori in cui imprese, cittadini e realtà della società civile decideranno di sperimentare questo nuovo strumento.

Massimo Zanon, Presidente di Confcommercio Veneto, ha sottolineato che la decisione di dar vita a questa iniziativa è nata dalla convinzione che questa possa essere "un **veicolo formidabile per la tutela e la crescita delle piccole e medie imprese** del territorio e la **diffusione e il consolidamento dell'associazionismo**. Sono le persone, dai lavoratori ai consumatori, alle imprese, alle associazioni non profit, alle scuole a imprimere al meccanismo un movimento circolare. Una sorta di **cinghia di trasmissione azionata tanto dai consumi quanto dalla solidarietà**". In quest'ottica "**più soggetti aderiranno, più saranno i vantaggi per tutti**". In altre parole, un nuovo modo di concepire la responsabilità sociale d'impresa, che con TreCuori di fatto diventa circolare e diffusa.

Alberto Fraticelli, direttore di TreCuori, ha sostenuto che la scelta di Confcommercio rappresenta un passo avanti importante perché "i **benefici della legge nel campo del welfare non rimangano teoria sulla carta**, ma possano davvero essere goduti da lavoratori e imprese di qualsiasi dimensione". Ora le PMI interessate, grazie alla mediazione degli uffici di Confcommercio, potranno attivare in maniera semplice propri piani di welfare utilizzando TreCuori, che nel contempo potrà diffondersi e farsi conoscere quale "attivatore economico spinto dall'interesse per il bene comune e dalla tecnologia".

Uno strumento aperto a tutti dalle enormi potenzialità

Dal punto di vista del welfare aziendale, dunque, i benefici garantiti dall'alleanza tra TreCuori e Confcommercio si presentano numerosi. La cosa interessante, tuttavia, è che la piattaforma può generare benefici che vanno al di là del perimetro di imprese, lavoratori e fornitori che scelgono di usare la piattaforma per il welfare aziendale.

Tutti i **cittadini** possono infatti iscriversi alla piattaforma, che è libera e fruibile da chiunque in qualsiasi parte del Paese, e orientare i propri acquisti in favore degli esercizi convenzionati che, come detto, riconoscono il loro contributo a organizzazioni non profit scelte dai cittadini stessi. Ne deriva un **circolo virtuoso** che, mettendo al centro del sistema i cittadini, **garantisce alle attività sociali del territorio risorse sostenibili, eque e durature, e alle attività economiche un efficace strumento di promozione**. Un sistema che una volta entrato a pieno regime, promette di generare effetti positivi sia sotto il profilo dei consumi - incentivando ad esempio quelli legati ai negozi di vicinato, alla ristorazione e ai viaggi - sia sul piano sociale, attraverso un sostegno continuativo alle realtà non profit.

Per capire meglio il funzionamento di TreCuori, uno strumento semplice nella concezione ma complesso per quanto riguarda il funzionamento e le dinamiche che è in grado di generare, il consiglio è di vedere il breve video qui sopra, consultare il [sito](#) e, eventualmente, contattare chi l'ha ideato, sviluppato e implementato, e che ora sta provando con coraggio e determinazione a diffonderlo. La possibilità di **far dialogare mondi che parlano lingue diverse** e che, nella maggior parte dei casi, faticano a mettersi in relazione, è sicuramente un elemento fondamentale. Ma non bisogna trascurare anche la capacità di **ri-generare relazioni sociali** che sui territori negli ultimi anni sembrano essersi progressivamente affievolite. Rilanciando tra l'altro anche dinamiche economiche più che mai fondamentali in contesti territoriali fortemente toccati dalla crisi. **Tutti elementi di cui il nostro Paese in questo frangente storico ha un tremendo bisogno.**

Riferimenti

[Il sito di TreCuori](#)

LA FESTA DELLE ASSOCIAZIONI

"Tre cuori" e trentamila euro di solidarietà

Gli acquisti nei negozi convenzionati si sono trasformati in contributi per club e scuole

D CONEGLIANO

Il cuore dei conegliesi aiuta le scuole e le associazioni. Oltre 33mila euro sono stati raccolti con il progetto "Tre cuori" e domenica sono stati consegnati durante la Festa delle associazioni. L'iniziativa "Solidlive" negli ultimi due anni ha visto la partecipazione di alcune società sportive di Conegliano e dell'istituto comprensivo 2 Cima, insieme a decine di negozi. Nata in città, ha avuto adesioni in altre parti del Veneto e d'Italia. Facendo acquisti con l'utilizzo di una tessera, negli esercizi commerciali convenzionati, si contribuisce a raccogliere fondi per le società o la scuola di cui si fa parte. La catena che ha maggiormente funzionato è stata quella messa in piedi dalla Spes volley, che attraverso 199 sostenitori e 49 negozi ha ricevuto 20.600 euro di contributo. "Tre Cuori" è un progetto diretto da Alberto Fraticelli, che domenica insieme al sindaco Floriano Zambon ha consegnato i simbolici assegni giganti alle associazioni che hanno partecipato all'iniziativa durante la stagione 2015-2016. All'istituto comprensivo Cima sono andati quasi 3.500 euro, grazie agli acquisti di 181 sostenitori. Al Calcio Campolongo sono arrivati 3.252 euro, al Rugby Conegliano 1.015 euro, al Baseball Club Conegliano 1.618 euro e al circolo di scacchi Queen Club 3.195 euro. In totale sono state coinvolti 72 negozi, ben 594 persone hanno sottoscritto la tessera e complessivamente sono stati raccolti 33.133 euro. Le associazioni



La consegna degli assegni simbolici alle associazioni di Conegliano grazie al progetto "Tre cuori"



Lo stand delle giovani gialloblù della pallavolo

non hanno dovuto sostenere costi ma si sono fatte promotrici di diffondere le tessere per incentivare la raccolta. Mentre le attività commerciali hanno avuto dei costi variabili in base

alle vendite effettuate. «Il progetto Tre Cuori nell'ultimo anno e mezzo è stato messo a punto in tre aree pilota ottenendo importanti risultati: più di 5.000 utenti e più di 160mila

>>> La Spes volley è la società più beneficiata da questa iniziativa di solidarietà con 20.600 euro

euro raccolti», spiegano dall'azienda Sisport, «con l'inizio della nuova stagione sportiva e scolastica, il progetto è ora pronto per essere diffuso in tutta Italia». Il sistema prevede che il 75% del fatturato generato sia redistribuito alle associazioni ed enti, mentre il restante vada all'azienda. La festa delle associazioni domenica aveva fatto registrare il pieno, con molte migliaia di visitatori tra gli stand di ben 151 gruppi sportivi e culturali. Ed è stata una "prova di Zal", con corso Mazzini e corso Vittorio Emanuele chiusi per diverse ore al traffico. (di.b.)