



Oggi a Milano l'assemblea nazionale. La «Caritas in veritate» come punto fermo. L'amicizia come collante. Uno sguardo

all'uomo nella sua totalità che consente di sfidare a viso aperto le difficoltà. E di trasformarle in opportunità di rilancio

Insieme oltre la crisi

Compagnia delle Opere. Il presidente Scholz: «Conoscere è la molla per crescere e migliorare»

DI **GIORGIO PAOLUCCI**

La crisi economica morde e s'intreccia con l'instabilità della situazione politica. Quali sono le stelle polari per uscirne guardando al bene del Paese? Non si può rispondere a questa domanda senza farsene un'altra: in cosa poniamo la nostra speranza? - risponde Bernhard Scholz, presidente nazionale della Compagnia delle opere, che oggi a Milano vive la sua assemblea annuale -. Nell'andamento economico, nei progetti politici? La crisi ci costringe a riscoprire che abbiamo bisogno di una certezza incondizionata e incondizionabile su cui appoggiarci. Solo così si può ricostruire un'economia che consideri il profitto uno strumento e non uno scopo, o che concepisca il potere come servizio al bene comune e non un'attività per il proprio interesse. Bisognerebbe prendere più sul serio i messaggi di Papa Benedetto XVI e l'enciclica *Caritas in veritate*. Come, in concreto?

Ad esempio, sostenendo le tante imprese profit e non profit che ogni giorno lottano per non licenziare nessuno. Molte persone affrontano con grandi sacrifici le difficoltà e le sfide che si presentano. Da questa gente bisogna ripartire, questa gente occorre sostenere. Poi bisogna imprimere nuovo slancio alla formazione professionale e riformare il mercato del lavoro per

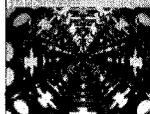
aiutare i giovani. Ci sono politici che cercano con serietà di fare questo, mentre altri praticano giochi di potere autoreferenziali. Cosa fare nell'immediato? Aiutare le medie imprese ad affermarsi sui mercati internazionali per creare occupazione. Invece di sposare la cultura del sospetto nei confronti della categoria degli imprenditori, bisogna valorizzare le migliaia di aziende e cooperative che sostengono il bene comune con il loro lavoro, spesso molto innovativo, allentando certi assurdi lacci burocratici e concedendo sgravi fiscali a chi innova o internazionalizza. Per la vostra assemblea generale avete scelto un titolo che va spiegato: «Una responsabilità che cresce con la forza dell'origine». Cosa significa?

La Cdo è nata dal carisma di don Giussani, che ci ha insegnato come il desiderio di verità, giustizia e bellezza presente in ciascuno di noi è un invito a guardare la realtà e a collaborare affinché «tutto possa esistere». Questo apre a una responsabilità, che col tempo ha generato opere educative e sociali, e anche imprese. Da quell'invito è nato un modo più umano, cioè cristiano, di vivere il lavoro, di guidare l'impresa e di guardare al bene comune. Ma questa origine non è un fatto passato, è tuttora presente: attraverso la nostra esperienza e ci permette di crescere nella capacità di rispondere ai



Nel riquadro, il presidente nazionale della Compagnia delle opere, Bernhard Scholz

il programma



La diretta sul Web

L'assemblea generale Cdo è in programma oggi dalle 10 alle 13 al Palasharp di Milano (diretta Web su ilsussidiario.net) con interventi del presidente Scholz, di don Julián Carrón, presidente della Fraternità di Cl, e Giorgio Vittadini, che guida la Fondazione per la sussidiarietà.

«Occorre un nuovo slancio alla formazione professionale e un vero impegno per riformare il mercato del lavoro: così aiutiamo i giovani»

bisogni che incontriamo. Cdo punta sulla conoscenza, tanto da dedicare la sesta edizione del Matching, in programma da domani a Milano, a questo tema. In che senso conoscere e conoscersi è la molla per migliorare? Senza la conoscenza dei collaboratori, del mercato, dei clienti attuali e potenziali, dello sviluppo tecnologico e delle dinamiche economiche e finanziarie aziendali non si può lavorare responsabilmente in un'impresa, tanto meno guidarla. La conoscenza, che va sempre aggiornata, è «conditio sine qua non» per migliorare e crescere. L'alternativa sarebbe affidarsi al caso o alla fortuna. Ma le informazioni di per sé non sono ancora vera conoscenza. Lo diventano quando si è in grado di valutarle, metterle in relazione, cioè attribuire loro un

significato che consenta di prendere le decisioni adeguate. Per questo proponiamo il Matching, uno spazio dove le persone, incontrandosi, instaurando rapporti di fiducia, si aiutano a maturare un giudizio su ciò che si sta «scambiando», sia esso un prodotto o un progetto. Il Matching è una grande occasione per riscoprire il valore conoscitivo dell'incontro anche come motore di una economia reale e utile a tutti. Contro la crisi, oggi più che mai, due punti fermi: fare rete e internazionalizzare. Cosa e come lo fate? La Cdo stessa è già una grande rete, che man mano aiuta a superare quel clima di «autonomia» a favore di una collaborazione che valorizza la specificità di ogni impresa. Così sono nate tante piccoli reti locali, nazionali e internazionali. Al

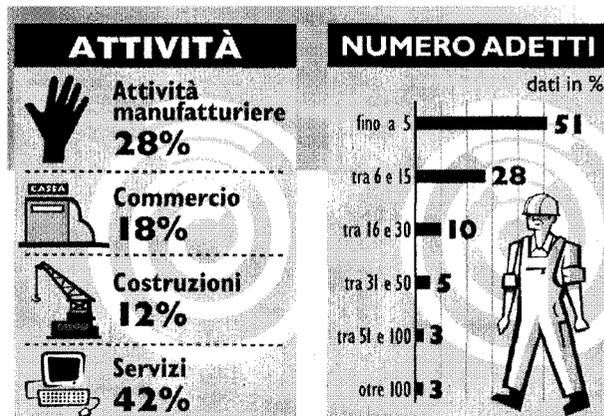
Matching che comincia domani presenteremo le prime esperienze di contratti di rete, che formalizzano la collaborazione tra imprese in base alla nascente normativa e che verrà, speriamo presto, sancita anche con

«I nostri associati stanno facendo l'impossibile per mantenere gli attuali livelli occupazionali, creando persino nuovi posti»

lo Statuto delle imprese. All'internazionalizzazione delle aziende collaboriamo, invece, con la società Cdo-Network, che sostiene i tentativi di lavorare con i mercati esteri attraverso la

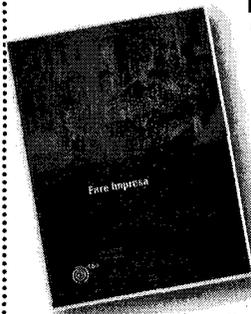
commercializzazione di beni o servizi, la co-produzione con partner locali e altre forme. **In tempi di crisi aumenta la responsabilità sociale delle aziende. Che fare su questo terreno?**

La prima responsabilità sociale di un'azienda è lavorare per mantenere un posizionamento duraturo sul mercato, che è la preconditione per creare occupazione. Noi cerchiamo di sostenere le aziende attraverso i servizi finanziari, la formazione, una serie di informazioni continuamente aggiornate, e diverse forme di incontri e scambi. I nostri associati fanno l'impossibile per mantenere il livello occupazionale o addirittura creare nuova occupazione. Da soli è difficile, ma aiutandosi e collaborando è possibile. Per questo continuiamo a lavorare insieme, e con tutti coloro che desiderano camminare con noi.



«Imitare il Creatore diventando creativi»

«La legge originale per cui ci è stata data la vita è che abbiamo a imitare il Creatore diventando creativi». È questo l'incipit del manifesto «Fare impresa», con il quale la Compagnia delle Opere vuole sottolineare il profondo valore dell'imprenditorialità e dell'agire in campo economico. Nato grazie al lavoro dei membri della Commissione economica e pmi della Cdo, coordinati dai professori Mario Molteni e Paolo Preti, il volumetto (22 pagine) prova a trarre una serie di conseguenze positive per la vita delle imprese, in particolare quelle piccole e medie, che nascono affermando e promuovendo il valore della centralità della persona nel mondo del lavoro. «Innanzitutto, ciò che muove l'uomo, e dunque l'uomo-imprenditore, è un'attrattiva: il bene per sé e per la propria gente è più attraente della massimizzazione del proprio tornaconto», ha spiegato Molteni. La sfida contro il grigiore e la crisi passa anche per momenti di riflessione. Motivo in più per scaricare «Fare impresa» dal sito www.cdo.org. Non per addetti ai lavori, ma per chi lavora.



La costruzione di reti per mettere radici nel mondo

All'inizio è stato il sostegno dato a iniziative assistenziali ed educative in paesi lontani. Come quelle di Avsi o dell'ong spagnola Cesal. Poi, pian piano, la capacità di «fare rete» di Compagnia delle Opere ha toccato anche il mondo dell'impresa. E da quando è apparso sempre più chiaro che tra gli strumenti in grado di favorire lo sviluppo delle imprese associate c'è l'internazionalizzazione, i ponti con l'estero si sono moltiplicati. Oggi, alle 40 sedi locali di Cdo in Italia, si affiancano le 17 estere: 7 in America Latina (Argentina, Paraguay, Perù, Brasile, Cile, Colombia e Venezuela), 8 in Europa (Bulgaria, Francia, Polonia, Portogallo, San Marino, Spagna, Svizzera e Ungheria), più Israele e Kenya. La frontiera più recente creata per reggere la sfida dei mercati esteri è, inoltre, la società Cdo Network che, attraverso una serie di servizi qualificati, è in grado di offrire una compagnia operativa alle imprese che intendono affacciarsi sullo scenario internazionale. Il contenuto ideale che muove i singoli diventa perciò fattore di unità anche in Paesi dove i gusti e le tradizioni dei popoli possono apparire inconciliabili con le nostre. Quando si dice... «la forza dell'origine».

Tende & Colletta alimentare

Dopo il Matching, il testimone passa alla solidarietà, con due grandi iniziative: la Colletta e le Tende. Sabato si terrà la XIV edizione della Giornata nazionale della Colletta Alimentare, organizzata dalla Fondazione Banco alimentare onlus in collaborazione con Compagnia delle Opere - Opere sociali. La Colletta si aggiunge alla quotidiana attività della Fondazione Banco alimentare e contribuisce a raccogliere circa il 20% del cibo (78.000 tonnellate nel 2009) che il Banco alimentare recupera grazie alla quotidiana azione anti spreco e che sostiene 1,5 milioni di persone attraverso più di 8.000 strutture. Quest'anno i volontari della Colletta, in tutto 110.000, saranno presenti in 8.000 supermercati e proporranno a chi fa la spesa un semplice gesto di carità, donare alimenti per i poveri: olio, omogeneizzati, alimenti per l'infanzia, tonno, carne, legumi in scatola, pelati e sughi.

«Le forze che cambiano la storia sono le stesse che cambiano il cuore dell'uomo»: questo il titolo delle Tende della Fondazione Avsi per sostenere sei inizia-



tive nel mondo. Un centro educativo ad Haiti per bimbi e le loro famiglie; una scuola secondaria in Kenya; la riqualificazione delle acque in Libano; la ricostruzione di una scuola in Cile crollata col terremoto; una università in Sud Sudan che insegna a diventare maestri; il sostegno a distanza per ragazzi adolescenti in scuole secondarie e professionali di Uganda e Kenya.

La campagna delle Tende di Avsi cade in un anno difficile, segnato dalla crisi globale e dal terremoto che ha travolto Haiti. Ma è proprio in momenti così difficili che si temprava l'uomo, risvegliando il desiderio di infinito. Migliaia di persone, commosse dai racconti di Fiammetta Cappellini da Port-au-Prince con miriadi di iniziative personali hanno sostenuto il lavoro in corso ad Haiti. «Una gratitudine al popolo che ci sostiene - afferma Alberto Piatti, segretario generale Avsi - che, con gesti semplici, contribuisce a cambiare il mondo. Partite di calcio, cene tra colleghi, spettacoli attraverso l'Italia che permettono ad Avsi di operare e cambiare la vita di tante persone». Info: www.avsi.org

formazione

Una «Scuola d'impresa» che fa cambiare mentalità

Per battere la crisi occorre cambiare mentalità e proporre una nuova cultura. Questo è lo «slogan» della Scuola d'Impresa, un'iniziativa che punta sulla formazione di piccoli e medi imprenditori nata da un'idea di Compagnia delle Opere e della Fondazione per la Sussidiarietà.

Creata con l'esigenza di sostenere imprenditori e manager nelle sfide al mercato globale sempre più competitivo, la Scuola d'Impresa propone una cultura d'impresa che scaturisce dall'esperienza lavorativa e imprenditoriale sia nell'ambito delle Pmi che in quello delle imprese sociali e delle cooperative.

Obiettivo principale è creare una *learning community* che si confronti, mettendo in comune esperienze, conoscenze e metodologie per lo sviluppo delle piccole e medie imprese e delle organizzazioni non profit. Per supportare e formare gli imprenditori la Scuola si avvale di percorsi e conversazioni. I percorsi riguardano 5 aree temati-

che: il mercato, le persone, la gestione economico-finanziaria, l'innovazione e la produzione e si prefiggono di aiutare gli imprenditori e i manager nella scelta di metodi e strumenti per definire gli obiettivi, sviluppare strategie e realizzare le azioni più idonee per l'attività d'impresa.

Le conversazioni imprenditoriali hanno invece come principale obiettivo quello di far acquisire una comprensione più approfondita delle potenzialità presenti nell'impresa attraverso il confronto con esperienze imprenditoriali significative per il mondo delle Pmi. Coordinatore del progetto è proprio il presidente di Compagnia delle Opere, Bernhard Scholz, esperto di formazione manageriale e cultura organizzativa che si avvale della collaborazione di consulenti d'azienda e docenti universitari.

Prossimamente sul sito www.scuola-dimpresa.net sarà possibile consultare il calendario degli appuntamenti dell'Associazione.

trimestrale

Il business va in pagina

Dalle visioni della famiglia Murdoch, alla nascita di un'aggregazione tra aziende hi-tech nel Lazio. Passando per una chiacchierata informale con Sergio Marchionne, o dall'esperienza di un consorzio tra cooperative non profit che a Busto Arsizio dà lavoro a 1700 donne. C'è anche chi, grazie a un articolo pubblicato sul *Corriere delle Opere*, ha colto una nuova occasione di business. O chi, prendendo spunto dall'house organ di Compagnia delle Opere, ha scommesso sull'estero. Il trimestrale, insomma, non è il solito «patinato» che resta sulla scrivania; nei suoi 25 anni di vita è per gli associati un utile strumento per acquisire informazioni e conoscenze utili.

Matching, lo sguardo al di là dei confini

Da domani a FieraMilano la sesta edizione dell'evento promosso per favorire le relazioni tra imprenditori sarà dedicata alla conoscenza. Nel segno dei rapporti internazionali

«**A**ltro che rifiuti, a noi campani le sfide piacciono, anzi, le accettiamo. E veniamo al Matching per dimostrarlo». Come da tradizione partenopea, il gusto della battuta non manca a Maurizio Verde, ingegnere della Cpv Costruzioni. E lo usa anche per descrivere l'avventura imprenditoriale che lo porterà a partecipare alla VI edizione dell'evento di Compagnia delle Opere, in programma da domani a mercoledì nei padiglioni di Fieramilano. La sua azienda si è associata con altre tre imprese del settore edilizio, Fabrica, Imi Project e Sieme: insieme saranno al Matching sotto un unico cappello, il Consorzio Edili Campania. «Lo scopo? Presentarci al mercato italiano come una realtà professionale che fornisce un pacchetto unico per costruire opere architettoniche - palazzi, uffici, parcheggi interrati - dalle strutture agli impianti energetici agli interni. General contractor, si direbbe in gergo. Per allontanare la crisi. O almeno provarci. Storie come questa, tra i 35mila metri quadri della fiera, divisi in sette macroaree espositive (edilizia, meccanica, innovazione, energia e ambiente, internazionalizzazione, sanità e agroalimentare), ne

capiteranno 2.300. Tante sono le imprese che daranno vita alla manifestazione Cdo, quest'anno dedicata alla conoscenza, dal titolo: «Conoscere per crescere, To Know, To Grow». Sempre nel segno dell'internazionalizzazione. Più di qualcuno, in effetti, è cresciuto all'estero: «Il Matching ci ha portato in Russia», annuncia Federico Zago, titolare, insieme con la sorella Maddalena, della piccola impresa tessile Reani e Zago di Casaleone, a 40 chilometri da Verona. Ma capace di esportare in Giappone, Australia e, ora, anche nel paese di Dostojevski: nella scorsa edizione alcuni buyer russi hanno chiesto agli Zago una campionatura. «A fine anno andremo a proporre una linea di prodotti studiata per le esigenze di quel mercato», spiega il titolare.

Al Matching, gli operatori stranieri presenti in fiera saranno 300, provenienti da 40 paesi. E poi ci sono i fedelissimi, come conferma David Navacchia della Tre Monti, seconda generazione di imprenditori con la passione del vino e per la quinta volta in fiera: «Il Matching rappresenta una grande opportunità che abbiamo sempre voluto cogliere. I rapporti interpersonali non sono

come quelli delle solite fiere di settore: vien meno la diffidenza, ci si sente più amici e si riescono a creare contatti molto utili al proprio fare impresa». Durante la tre giorni milanese sarà possibile anche visitare la mostra «Un impiego per ciascuno. Ognuno al suo lavoro. Dentro la crisi, oltre la crisi», un percorso che aiuta a comprendere meglio ciò che è successo, ma che, soprattutto, documenta l'importanza di ritrovare una concezione di lavoro più pienamente umana.



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.