Da sinistra: Scarzanella, Guarco, Leroux e Chiorazzo

L'argentino Ariel Guarco guida l'Alleanza mondiale delle cooperative

Anche l'ultimo Summit dell'International Cooperative Alliance (Ica), l'appuntamento più importante per il movimento cooperativo mondiale, ha ribadito come sia prioritario, per la cooperazione, porre le persone al centro delle strategie di sviluppo. Su questo tema si sono confrontati 1.800 delegati, giunti da 98 Paesi, da martedì a ieri a Kuala Lumpur, in Malesia. Le cooperative oggi assicurano centinaia di milioni di posti di lavoro e sono un fenomeno in grande espansione, oltre che la forma di organizzazione che ha saputo meglio reagire alla crisi mondiale. Un messaggio forte che è arrivato, dunque, anche dal Summit asiatico, nel corso del quale è stato eletto il nuovo presidente di Ica, l'argentino Ariel Guarco, che succede alla canadese Monique Leroux. La candidatura di Guarco è stata fortemente sostenuta dall'Allenza delle Cooperative Italiane, dopo essere stata lanciata da Rosario Altieri, presidente di Agci (Associazione generale cooperative italiane).
Tra i delegati italiani presenti al summit asiatico, come fa sapere la stessa Agci, anche Carlo Scarzanella, vicepresidente di Agci, rieletto, a Kuala Lumpur, nel board di Ica (primo degli europei), e Angelo Chiorazzo (membro del board di Cecop, l'organismo europeo delle cooperative sociali), che ha dichiarato: «Il Summit ha scritto un'altra pagina importante di una grande storia iniziata nel 1895 con la nascita dell'Alleanza Cooperativa Internazionale. Le cooperative sono unite nella diversità per costruire un mondo migliore, dove ogni uomo possa vivere degnamente la sua vita».
Ariel Guarco, pochi minuti dopo l'elezione, ha dichiarato ad *Avvenire*: «Penso che coloro che hanno scelto il cooperativismo come stile di vita e ne seguono principi e valori, lavorano ogni giorno per costruire una società migliore. Quindi, in certo modo, mettono in pratica il Vangelo. Abbiamo l'opportunità – ha aggiunto – di contribuire alla realizzazione di una società più inclusiva e più pacifica, raggiungendo gli obiettivi che l'Onu ha fissato per il 2030». **(V. Sal.)**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Economia sostenibile: il bene diventa «un affare»

Ad Ancona l'evento dedicato ai casi di successo

Lucia Bellaspiga

Un'economia solida ma contemporaneamente sostenibile? Disposta a orientare i capitali per essere protagonista nel bene comune? Possibile o pura utopia? «Sfatiamo la facile equazione secondo la quale il lucro è incompatibile con l'impresa virtuosa: il vantaggio personale non è per forza a decremento del vantaggio collettivo, e fare le cose giuste può benissimo essere anche molto proficuo». A spiegarlo è Patrizio Paoletti, educatore e formatore di fama internazionale, e quanto poco tratti di utopie lo dimostra l'adesione di oltre mille imprenditori iscritti alla nona edizione di "21 minuti Avant-Garde", evento annuale organizzato oggi ad Ancona dalla Fondazione Patrizio Paoletti in collaborazione con Ucid Marche, sottotitolo "Fiducia, Speranza, Fede, per realizzare il futuro" (Teatro delle Muse).
Quasi troppo bello per essere vero: ma realmente esistono tanti imprenditori preoccupati per il benessere collettivo e il futuro dell'umanità? «Certamente sì – sostiene Paoletti –, la società è più ricca di valori di quello che siamo disposti a credere. Oggi farò sentire un passaggio forte di Obama in cui dice che la società civile non è meno sapiente dei politici, anzi può fare più di qualsiasi governo nel mondo. Attribuisce cioè il tema della responsabilità a tutti noi: siamo noi, nel nostro piccolo agire quotidiano, a poter cambiare le cose. Dobbiamo farlo per i nostri figli, per lasciare un'eredità positiva». Un programma etico che Paoletti, 57 anni, padre di due ragazzi, rilancia a pochi giorni dal documento firmato da 15mila scienziati, «la Carta del disastro ambientale, che non dà più traguardi entro il 2030, ma ci dice: il tempo si è azzerato».

Oggi l'appuntamento organizzato da Fondazione Paoletti e Ucid gruppo Marche, dove imprenditori illuminati racconteranno che «mettere al centro la persona è la carta vincente»

Visionario estremamente concreto, Paoletti è laureato in scenografia a Napoli e dal palco è partito tanti anni fa, accorgendosi che «il teatro è un perfetto specchio della vita» e da lì passando a interessarsi di neuroscienze e formazione umana. «Qual è il mio lavoro? Sono creatore di spazi», quello scenico, quello della vita, quello della mente. Ciò che genera il cambiamento, infatti, è «la nostra capacità di prefigurare la novità», un po' come Jules Verne con la fantasia del Nautilus anticipò i sommergibili atomici. Del resto dalla ruota alla navetta spaziale l'uomo ha inventato solo ciò che prima ha immaginato.
Ma per farlo occorrono spinte e ispirazioni, «tecnologie interiori» come appunto fiducia, speranza e fede, che permettono agli imprenditori di agire con fini più alti di quelli personali e di costruire un mondo nuovo non solo a parole. Per capire che tutto ciò è terribilmente possibile occorrono però modelli da emulare, perciò otto di loro oggi si racconteranno in 21 minuti («il tempo medio di massima concentrazione, secondo la scienza»): sono imprenditori di successo come Giovanni Clementoni e Stelvio Lorenzetti (intervistati qui sotto), Marco Astorri, padre della plastica che si biodegrada in 40 giorni, o Valentino Magliaro, scelto a 25 anni dagli Usa per rappresentare l'Italia nel primo summit dei "Civic Leaders". E con loro Pina Mengano Amarelli ("Lady Liquirizia"), Alberto Sinigallia, Laura Gabrielli e Franco de Felice. L'ingresso è a offerta libera, a favore del progetto della Fondazione Paoletti per i terremotati di Marche e Umbria.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Una giovane al lavoro nel suo laboratorio calzaturiero nelle Marche

DA SAPERE

«21 minuti» per far nascere un mondo di grandi ideali

Nata ad Assisi nel 2000, la **Fondazione Patrizio Paoletti** oggi ha sede anche a Roma e Milano e ha un centinaio di dipendenti. Ente morale non profit, è attiva nella formazione e nella ricerca, con numerosi interventi di sostegno sociale e scolastico in Italia, nei Paesi in via di sviluppo e in quelli ad alto rischio di criminalità infantile. Ogni anno con gli eventi "21 minuti" chiama a raccolta alcune tra le menti più brillanti per mettere in comune i saperi di economia, scienza, filosofia e arte, «le quattro leve che storicamente hanno contribuito a far nascere nuove visioni del mondo». L'**Ucid** è invece l'associazione privata di imprenditori e dirigenti che si riconoscono in finalità comuni: la formazione cristiana e lo sviluppo di un'alta moralità professionale alla luce dei principi cristiani, l'attuazione della dottrina sociale della Chiesa, l'equa collaborazione fra i soggetti dell'impresa, la persona al centro dell'attività economica, la testimonianza cristiana attraverso le loro opere nelle imprese e nel contesto sociale. **(L.B.)**

Giovanni Clementoni

«Nei giochi educativi di oggi permane l'estro visionario e l'etica dei nostri genitori»

Lucia Bellaspiga
Inviata a Recanati (Macerata)

«Se mio padre non fosse stato visionario, oggi di tutto questo non esisterebbe niente». "Tutto questo" sono 600 dipendenti, 188 milioni di fatturato, una crescita incessante da dieci anni, proprio quelli della crisi. E il visionario era Mario Clementoni, scomparso nel 2012 a 89 anni lasciando nelle mani dei quattro figli la nota azienda di giochi per bambini, nata nel 1963 in un garage di Recanati...
«Allora nel quartiere c'erano quattro o cinque case – racconta Giovanni Clementoni, 55 anni, ultimogenito e oggi amministratore delegato –, la cittadina era a vocazione rurale ma stava cambiando pelle grazie a un gruppo di persone che intesero il proprio lavoro non più come fatto privato, come avveniva in campagna o tra gli artigiani, ma come investimento personale su una società nuova». Anche Mario e sua moglie Matilde ci provarono e subito fu colpo di genio: anziché dedicarsi alla produzione di strumenti musicali o di mobili, come tutti nella zona, puntarono a un prodotto inedito, il gioco. Per di più, in un'epoca in cui esistevano o il trenino o la bambola, passarono dall'idea del singolo giocattolo all'ideale del "contenitore finalizzato a un gioco", insomma, al gioco in scatola finalizzato a un'intenzione educativa. «Puntavano a qualcosa che restasse dentro al bambino fino all'adulto che sarebbe diventato. Un'idea mutuata da una particolarità innata di mio padre – continua Giovanni –: alle cose che faceva dava sempre un valore aggiunto, anche grazie ai valori cristiani che per lui avevano reale rilievo».
Una fabbrica che non produce un singolo prodotto ma un "concetto" di gioco educativo chiaramente necessita di continue invenzioni, e proprio questa sfida è stata la carta a tutt'oggi vincente: il "gioco educativo" prescinde dall'oggetto in sé, può essere esteso a ogni tipo di creazione, «così non ci siamo mai fermati e anzi c'è ancora spazio per un mare di novità», spiega Clementoni junior. Tant'è che nello stabilimento di Recenati, 42mila metri quadri a sei chilometri da quel primo garage, c'è un cuore pulsante di 60 dipendenti, l'équipe dei creativi, che sviluppano giochi in scatola, robot, tablet e android a misura di bambino in ogni fase della crescita. Sono biologi o ingegneri, informatici o grafici, perché «i piccoli oggi sono cambiati, hanno tanti stimoli in più, ma restano bambini, osservano gli adulti con la stessa intensità, e il gioco è sempre il loro modo di imparare, divertendosi».
Partì con una tombola musicale costruita a mano, Mario, legando il gioco di società per eccellenza alle canzoni, ma già 4 anni dopo, nel 1967, diede vita al celeberrimo "Sapientino", cinquantenne capostipite di un brand sempreverde. Oggi c'è Doc, robotino parlante che insegna i primi rudimenti della programmazione (per ottenerne il movimento il bimbo deve mettere in sequenza una serie di comandi), mentre Mind sviluppa già il pensiero logico computazionale...
«Papà era il demiurgo, ma imprescindibile è sempre stata mia madre Matilde, che ha letteralmente cresciuto tre generazioni di lavoratori. Insieme erano un mix di regole precise e dolcezza, il cui imprinting oggi resta nell'armonia tra noi quattro fratelli in azienda ma anche tra tutti coloro che lavorano qui. Ancora condividiamo il progetto di Mario e Matilde». La quale oggi si occupa dei quattro pronipoti, ma soprattutto è presidente della Clementoni, una Spa fieramente al 100% in mano alla famiglia. In controtendenza con chi delocalizza, l'80% della produzione è svolta dentro l'azienda marchigiana (il resto a Hong Kong) e i 28 milioni di pezzi prodotti ogni anno raggiungono le filiali commerciali in Portogallo, Spagna, Francia, Belgio, Turchia, Germania e Polonia per essere venduti nel mondo.
Coraggio e tenacia hanno creato un impero. «Il senso dell'impresa non come mero interesse personale, ma come bene esteso a coloro che ci lavorano, ha fatto il resto».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Stelvio Lorenzetti

«Eko, il brand delle chitarre che ha riaperto dopo la crisi nel rispetto del territorio»

dall'inviata a Montelupone (Macerata)

Le pareti di vetro dell'ufficio danno sul mare verde e giallo delle colline marchigiane, con i paesi arroccati in cima, vero patrimonio dell'umanità. Facile qui sentirsi sereni. «Eppure nelle Marche c'è la percentuale più alta di insoluti – irrompe il realismo di Stelvio Lorenzetti, ad di Eko Music Group, tra i primi dieci marchi mondiali di chitarre (e molto altro ancora) –, abbiamo la maglia nera delle chiusure, segno di un tracollo tragico, e un Pil tuttora al ribasso nonostante la curva positiva nazionale...».
Eppure dentro al grande stabilimento immerso nella bellezza, tra i borghi di Potenza Picena e Montelupone, si racconta tutta un'altra storia, che dice quanto i singoli possano lasciare un segno indelebile nei secoli e nella sorte di tanti. «Questo territorio è sempre vissuto di strumenti musicali – racconta Lorenzetti, classe 1959, sorriso contagioso –, a partire dalle fisarmoniche: nel 1780 un austriaco ospitato dalla famiglia contadina dei Soprani, non avendo soldi, pagò con il suo rudimentale organetto. Il figlio del contadino, Paolo Soprani, creò da lì l'attuale fisarmonica, che ebbe un successo immenso e portò il fenomeno degli strumenti musicali». Nel 1959 la svolta, quando Oliviero Pigini fonda una fabbrica di chitarre, appunto la Eko: «Tornava da un viaggio negli Usa, dove capì che il futuro era il rock, cioè la chitarra». Un'intuizione incompresa da tutti, per cui si mise in proprio, chiamò liutai siciliani, lasciò i fisarmonicari di Castelfidardo e fece breccia nell'agreste Recanati...
«Nel 1967, in soli otto anni, era la terza fabbrica di chitarre al mondo con 600 dipendenti», e con effetto domino faceva nascere tutta l'imprenditoria locale, dalla Clementoni alla Guzzini, nonché l'elettronica musicale. «Nasceva il futuro – spiega Lorenzetti – ed Eko continuava a prevenirlo, con amplificatori, organi elettronici, tastiere». Finché Oliviero Pigini muore e la crisi degli strumenti costringe anche Eko a chiudere. Nel 1987 entra in scena suo fratello don Lamberto Pigini, prete imprenditore di genio che ricompra il marchio «e l'anno dopo chiede a me di entrare in società con lui». La delocalizzazione fu scelta obbligata: Corea, Taiwan, Giappone, Messico, Cina, «ma il reparto liuteristico è rimasto qui, perché il design italiano fa ancora la differenza. Inoltre stiamo pensando di riportare a Montelupone la produzione importando i semilavorati dalle nostre fabbriche cinesi». Intanto nello stabilimento, apparentemente gigantesco per i 100 dipendenti locali, hanno sede le aziende concorrenti acquistate dalla Eko e la distribuzione dei più grandi marchi mondiali, dalla Vox alla Sony alla Marshall. Ma il mondo globalizzato non lascia requie, «il nostro settore è di nicchia ma con una globalizzazione spietata. Guai se non cogliamo i segnali del mercato». Ad esempio il boom dell'ukulele, da due anni vera esplosione planetaria grazie a musicisti di fama mondiale e all'uso dei ragazzi di registrarsi e mettersi su Youtube.
«Ma all'evento della Fondazione Paoletti racconterò altro, soprattutto degli insegnamenti etici ricevuti dalla mia famiglia e dell'amore per il mio prossimo – sottolinea Lorenzetti, che è anche presidente di Ucid Marche –. Mia madre mi ha insegnato che il sorriso non costa nulla e per chi lo riceve è un regalo. Mio padre mi diceva "non potrò lasciarti soldi, ma una vita pulita e il poter camminare a testa alta". Intuito e forza di carattere sono innati nell'imprenditore, ma se non convivono con altre doti, quelle date dal prete della parrocchia, dalla famiglia, dal territorio, diventano sterili, non portano i buoni frutti di cui parla Cristo». In concreto, «l'imprenditore deve essere lievito e luce, non può rimanere insensibile a un'economia sostenibile. L'uomo è sempre al centro, specie se lavora nella tua azienda».
Al polso porta un rosario francescano, dal giorno in cui un imprenditore cinese con 10mila dipendenti gli mostrò la cappella buddista costruita in cima al suo grattacielo. «Decisi che dobbiamo urlare la nostra fede e la gioia di essere cristiani».

Lucia Bellaspiga

© RIPRODUZIONE RISERVATA

IL CASO

Dalla plastica che in 40 giorni si dissolve al solvente che elimina il petrolio dal mare

Giganteschi problemi dalla soluzione a portata di mano. Vere catastrofi ecologiche e piaghe sanitarie che potrebbero essere superate in poco tempo. «L'uomo che potrà cambiare il futuro del pianeta e la salute umana, eliminando l'inquinamento del petrolio dal mare in tre settimane», secondo Patrizio Paoletti, è per esempio Marco Astorri, bolognese, uno degli otto «giganti sulle cui spalle saliremo oggi per imparare che cambiare il mondo si può». Astorri in realtà gigante non è, «sono e resto figlio di contadini», ama ripetere, ma gigantesca è l'inventiva con cui, da produttore di tesserini in plastica per lo ski-lift degli sciatori, si è riconvertito in speranza per l'umanità. Tutto ebbe inizio perché, sciolta la neve, i tesserini ricomparivano sui prati, dove si sarebbero dissolti solo tra millenni. Così per un anno Astorri fermò la produzione e comprò i mondiali brevetti sulla trasformazione della plastica, diventando così il padre di Minerv, una plastica creata con gli scarti degli zuccherifici e in grado di biodegradarsi in 40 giorni. Oggi la sua impresa Bio-on lavora a una nuova tecnologia candidata a rivoluzionare la salute nostra e della Terra, eliminando l'inquinamento del petrolio in mare in tre settimane.
Paoletti gli lancia un'altra sfida: dissolvere il continente di plastica che naviga negli oceani e viene ingerito dai pesci, dunque da noi. «Le molecole di moplen che abbiamo assorbito dagli anni '60 ci restano a tutt'oggi nel sangue». (L.B.)

VkVSIyMjVm9sb0Vhc3lSZWFkZXJfQXZ2ZW5pcmUjIyMyYWQ2NzFhMS0yMTVjLTQ0NzktODUyZC1mOTFjMDZlYjI3YTIjIyMyMDE3LTExLTE4VDA5OjI5OjMxIyMjVkVS