impresaetica

Rivista annuale dell'Associazione San Giuseppe Imprenditore Numero 1 – Anno I – Marzo 2019

Pia Cittadini

La **forza** della **rete** è nel **valore** di ogni **nodo**

bcptassociati_perugia

impresaetica

EDITORIALE
di Lorenzo Orsenigo 2

NEWS
Dal mondo dell'imprenditoria 4

PREMIO IMPRESA ETICA

AZIENDE PREMIATE
Quando l'etica vince la sfida del mercato 5

PIA CITTADINI
La forza della rete è nel valore dei nodi 6

ANDREA MARGARITELLI
Una storia di eccellenza nutrita di innovazione e bellezza 8

FRANCO CASTELLI
La mente per competere il cuore per vincere 10

PRIMO BARZONI
L'unione di intenti che rende il business eco-sostenibile 12

EDIZIONE 2019
Nel segno di san Giuseppe premiata l'unione in azienda 15

Extravega Paderno Dugnano (MI) 18
Graziano Ricami Venarotta (AP) 18

Kairos Rainbow Roma 19
Korban Pezzolo Valle Uzzone (CN) 19

Mastrototaro Group Bisceglie (BT) 20
Pagine Sì Terni 20

A COLLOQUIO CON

MONSIGNOR ADRIANO VINCENZI
Gli uomini e non gli algoritmi creano lavoro 24

PAOLO BEDONI
Dalla Rerum novarum al mercato assicurativo: la sfida di Cattolica Assicurazioni 26

CULTURA D'IMPRESA

CONGREGAZIONI E MISSIONI
Dai giovani agli imprenditori si rinnova l'apostolato degli Oblati 22

TEOLOGIA GIUSEPPINA
Il falegname patrono delle partite IVA
di padre Luigi Testa 29

ONTOLOGIA IMPRENDITORIALE
Appunti sull'altra impresa
di Oreste Bazzichi 33

PRINCIPI DI ECONOMIA
Nel bilancio le tracce del comportamento etico
di Sandro Feole 36

FEDE & MANAGEMENT
Pianificazione finanziaria secondo Luca
di Sandro Grespan 38

PROFILI
L'identikit di un imprenditore etico
di Lino Rosetti 40

ETICA ED ESTETICA
Segni e simboli per una buona imprenditoria
di Vittorio Pranzini 42

PROGETTI EDUCATIVI
Perché serve un ponte tra scuola e lavoro
di Alessandro Crespi 45

LIBRI

SUGGERIMENTI DI LETTURA
Giuseppe, il falegname di Nazareth
di Giovanna Ferrante 48

editoriale

Una notte di qualche anno fa, forse nel 2012, in ansia per il mio crollo economico e disperato per le conseguenze familiari, cercavo nervosamente un po' di pace leggendo alcune pagine del Vangelo. Ero annichilito, svogliato. Improvvisamente, una realtà prese forma nelle poche righe che avevo sotto gli occhi: "Non è costui il figlio del carpentiere? (Matteo 13,55). E poi "Non è costui il carpentiere, il figlio di Maria?" (Marco 6, 3).

Avevo scoperto due colleghi! Certamente il mio grave stato psicologico mi aveva portato a osare questo accostamento e dentro di me rifiutavo inizialmente di farlo "mio" ma poi, lentamente, mi piacque accarezzare l'idea, pur ponderandola ripetutamente. Il giorno dopo ero un altro: pur in ginocchio economicamente ero sempre uno di Loro, autonomo e libero , impegnato e instancabile, pronto a tutto, avversità comprese. Questa fu la miccia della nascita dell'Associazione San Giuseppe Imprenditore.

Maturai che con due Campioni siffatti – Giuseppe e Gesù - il fare impresa era il lavoro più bello al mondo e mi rincuorai completamente. Dopo pochi giorni un'altra "verità" si stampò nella mia mente: l'impianto della parabola più bella del Vangelo si regge sulla ricchezza accumulata da – lo si definirebbe così, oggi - un imprenditore agricolo. Infatti, il cuore del genitore poté esprimersi perdonando un figlio scialacquatore della ricchezza da lui accumulata.

Maturai quindi una necessaria completa lettura del Vangelo che, una volta ultimata, annacquò del tutto la mia disavventura imprenditoriale: non ebbi più paura del mio passato. Iniziai allora con gioia a colorare la nostra immagine di imprenditori, sbiadita e abbruttita dal comportamento di quattro colleghi farabutti. Sostantivo forte ma necessario per uscire dall'ipocrisia che spesso ci accompagna nel denunciare la realtà. Come? Premiando i migliori per capacità di fare reddito e cuore per reinvestirlo in altri posti di lavoro e soprattutto in generosa attenzione al sociale che ci circonda.

Ecco da dove nasce il Premio Impresa Etica, celebrato nel 2018 in quel di Asti, dove gli Oblati di san Giuseppe ci hanno accolto riconoscendo il valore della nostra missione. Pia Cittadini, tra le aziende premiate nella prima edizione, collega bresciana di fama consolidata, auspicò nel suo appassionato intervento di ringraziamento che il premio non dovesse essere fine a se stesso ma, prendendo a prestito i nodi della rete che rappresenta il prodotto principale della sua azienda, suggerì che altri nodi potessero unire tutti i premiati al fine di costituire una schiera di atleti vigorosi nel fare buona ed etica impresa, seppur in una palestra irta di ostacoli. Guarda caso anche il prodotto base della mia vecchia azienda era una rete (di acciaio). Sol-

tanto una curiosa coincidenza? No: un susseguirsi di circostanze, piacevoli e inaspettate, dalla frasi del Vangelo ai nodi della rete, che possono essere usate da un gruppo di coraggiosi per riabilitare il nostro indispensabile ruolo nella società.

Ora, in concomitanza con la seconda edizione del Premio Impresa Etica (16-17 marzo ad Asti), nasce la rivista "Impresa Etica", un numero unico annuale il cui scopo è quello di raccogliere in un contenitore dedicato tutti i candidati al premio, affinché più voci esprimano il desiderio, con fatti concreti, di migliorare il mondo. Le maestranze, molto spesso dimenticate, riacquistano il loro giusto ruolo di importanza e le interviste di qualche loro rappresentante ne esaltano la fedeltà e professionalità. Non solo: il coro delle eccellenze si completa se le aziende invitano alcuni loro fornitori di fiducia a essere presenti nella rivista con una visibilità di prestigio. Nasce così una filiera etica di imprenditori "annodati" gli uni agli altri nel segno del giglio, fiore sacro per eccellenza, che diviene l'emblema della rivista stessa e dei suoi attori coinvolti. W la buona ed estetica imprenditorialità e W San Giuseppe!

Lorenzo Orsenigo

impresaetica

www.rivistaimpresaetica.it

EDITORE
APS San Giuseppe Imprenditore

DIRETTORE RESPONSABILE
Daniele Garavaglia

COMITATO DI REDAZIONE
Oreste Bazzichi, Sandro Feole, Lorenzo Orsenigo

SEGRETERIA DI REDAZIONE
Lucia Trevisan
segreteria@sangiuseppeimprenditore.it

PROGETTO GRAFICO E IMPAGINAZIONE
Maurizio Saporiti

REDAZIONE
c/o **Corefab**
Via Po 77 – 20032 Cormano (MI)
comunicazione@sangiuseppeimprenditore.it

AMMINISTRAZIONE
APS San Giuseppe Imprenditore
Via Parini 1 – 22100 Como
CF 95113060131

STAMPA
Tipolitografia Stilgraf Srl
Via del Canneto, 38/40
25010 Borgosatollo (BS)

In corso di registrazione presso Tribunale di Milano

DAL MONDO DELL'IMPRENDITORIA

Una "buona" energia per le imprese

Tra il 2017 e il 2018 il prezzo all'ingrosso dell'energia ha subito un notevole aumento, dovuto alla chiusura delle centrali nucleari in Francia, che ha fatto salire il costo anche delle nostre bollette. Così Royal Group, operatore specializzato nella fornitura diretta di energia elettrica e gas al settore business (imprese e pubbliche amministrazioni), ha avviato una strategia commerciale per ottimizzare i costi energetici, sia attraverso la possibilità di interventi di efficientamento, sia mettendo in campo una squadra di consulenti d'area per una presenza capillare nei territori dove maggiore è la richiesta di energia a fini produttivi. «Stiamo investendo nello sviluppo di una rete di consulenti commerciali che possa affiancare gli imprenditori nella valutazione e nella scelta delle migliori condizioni tariffarie, per poter garantire sensibili risparmi economici e una forte componente di servizio», spiega Alberto Viotto, responsabile commerciale nord Italia. Come si muove il team Royal Group? «Vogliamo umanizzare il rapporto tra fornitore e cliente, superando la logica asettica e spesso inefficiente del call center. Il nostro primo contatto tende ad analizzare le fatture di energia elettrica e gas naturale per valutare il posizionamento economico sul mercato, individuare eventuali voci poco "trasparenti" in fattura e favorire abbattimenti di tassazione, con un resoconto oggettivo che può anche confermare la validità del contratto in essere. In seconda battuta formuliamo un'eventuale offerta commerciale migliorativa, con riduzione di Iva e accise (ove possibile per legge), ripartizione vantaggiosa per kw/h o Smc, procedure snelle e rapide per la risoluzione di problematiche tecnico-contabili, gestione diretta di nuovi allacciamenti o aumenti-riduzioni di potenza dei contatori, progetti di efficientamento in ambito civile, industriale, commerciale». La novità esclusiva, almeno per il mercato dell'energia, è che Royal Group si muove con un chiaro intento di responsabilità sociale: della rete vendita fanno parte anche persone rilanciate nell'attività professionale dopo un periodo di mancanza di lavoro. «Grazie al rapporto con il Telefono Arancione, abbiamo dato una nuova opportunità di lavoro a imprenditori e professionisti che, seppur validi e con grande esperienza, erano rimasti segnati dalle conseguenze della crisi economica», aggiunge Viotto. Una possibilità di riscatto e di rilancio, anche economico, a disposizione di tutti: Royal Group cerca infatti agenti e consulenti per aree ancora non coperte localmente come il Veneto e il Piemonte. Per informazioni: viotto@royalpartner.it.

Chiesi Farmaceutici diventa una società benefit

Chiesi, gruppo farmaceutico internazionale focalizzato sulla ricerca, ha modificato il proprio statuto diventando una società benefit, scegliendo quindi di adottare un nuovo modello reso disponibile dalla legge italiana (208/2015). «Da quando l'Italia ha introdotto le società benefit, più di 300 imprese hanno deciso di adottare questo modello. Chiesi Farmaceutici si unisce a questo gruppo di apripista diventandone un esponente di rilievo. La scelta di diffondere l'integrazione della finalità di interesse sociale e ambientale alle filiali estere ne fa un caso per ora unico», ha commentato Paolo Di Cesare, co-fondatore di Nativa, country partner di B Lab, l'organizzazione internazionale che diffonde il modello benefit nel mondo. «Vogliamo sempre più agire come una forza positiva, promuovere un modo consapevole e diverso di fare business e avere un impatto positivo sulla società e sulla natura, per contribuire a uno sviluppo veramente sostenibile», spiega Alberto Chiesi, presidente del gruppo con sede a Parma, presenza in 27 Paesi e oltre 5.700 persone impiegate.

Quando l'etica vince la sfida del mercato

Si può far crescere un'impresa competitiva salvaguardando il profitto, con una feconda collaborazione tra datore di lavoro e dipendenti, senza perdere di vista l'impatto occupazionale, sociale e ambientale dell'attività, cioè il senso del bene comune? Qualcuno ce la fa: è il caso delle tre aziende - la bresciana Cittadini, la veronese Sinectra e l'umbra Margaritelli – che giusto un anno fa hanno vinto la prima edizione del premio nazionale "Impresa Etica" promosso dall'Associazione San Giuseppe Imprenditore, in collaborazione con Fondazione Cattolica Assicurazioni, gruppo editoriale Avvenire e Congregazione degli Oblati. «Per la prima volta in Italia un riconoscimento dedicato all'imprenditorialità etica è stato assegnato alla duplice componente – l'imprenditore e i suoi collaboratori - che unita determina il successo duraturo e costante nel tempo di un'azienda», aveva dichiarato Lorenzo Orsenigo, presidente dell'ASGI. «Valorizzare chi fa buona impresa, unendo bilanci sani a una governance ispirata a principi etici, è una delle nostre missioni, proprio al fine di indicare modelli imprenditoriali in grado di affrontare tutte le sfide di mercato», aggiunse Oreste Bazzichi, presidente della giuria che utilizzando l'Ethics Index aveva scelto le tre imprese vincitrici.
Così la Cittadini SpA di Paderno Franciacorta (Brescia), leader europeo nella produzione di tutti i tipi di reti destinate alla pesca, acquacoltura, agricoltura e industria, ma anche al mondo della moda, con un'ottantina di dipendenti e un fatturato di 14 milioni di euro, è stata premiata per la centralità e valorizzazione della persona con particolare sensibilità per il lavoro femminile, la condivisione degli obiettivi, il sostegno solidale e responsabile, la crescita e il benessere sociale e culturale del territorio con progetti di solidarietà in Italia e all'estero: «Tutti i nodi sono punti di forza e tutte le maglie si rafforzano lavorando insieme», ha dichiarato la presidente Pia Cittadini, che conduce oggi l'azienda di famiglia insieme ai figli Cesare, Marco e Paola.
Per la Sinectra Srl di San Bonifacio (Verona) e il suo titolare Franco Castelli, che guida l'impresa dall'inizio sfruttando i "talenti della parabola evangelica", il premio è il riconoscimento per il coraggio e l'ingegnosità delle iniziative imprenditoriali che, unite a un percorso di sviluppo personale e alla formazione delle risorse umane, hanno creato un'importante realtà aziendale specializzata nella fornitura di soluzioni impiantistiche integrate, che occupa 60 addetti con un fatturato di 9,5 milioni di euro.
Ha una storia secolare la Margaritelli SpA di Torgiano (Perugia), oggi gruppo multibusiness che opera in diversi settori industriali, dalla lavorazione del legno per la casa e per esterni alle traverse di cemento prodotte per l'alta velocità ferroviaria, con sette stabilimenti produttivi, oltre 600 addetti e un fatturato di 150 milioni di euro. Rappresentata dal direttore generale Andrea Margaritelli, l'azienda è stata premiata per due ragioni: aver saputo gestire senza traumi e con spirito innovativo il passaggio generazionale in tutte le tappe di crescita e sviluppo, e aver considerato la bellezza come elemento strategico e valore aggiunto competitivo al pari degli altri importanti fattori aziendali.

PIA CITTADINI

La forza della **rete** è nel valore dei **nodi**

«In una rete da pesca tutti i nodi sono punti di forza e tutte le maglie si rafforzano lavorando insieme: la stessa cosa avviene nelle relazioni tra uomini, se sono guidate dalla ricerca e dalla condivisione del bene per tutti»: Pia Cittadini, presidente dell'omonima azienda bresciana diventata leader mondiale nella produzione di reti per l'industria della pesca, continua a testimoniare i valori e la filosofia che hanno contraddistinto ottant'anni di storia aziendale e un'intera vita con il marito Giovanni, scomparso nel 2013 dopo aver costruito insieme una grande famiglia, un'azienda di successo e una rete solidale che opera anche dall'altra parte del globo. La storia della Cittadini si identifica con la storia della lavorazione dei filati, della tessitura di reti, corde trecciate e ritorte in fibre sintetiche e naturali, che ha caratterizzato nel tempo il territorio del lago d'Iseo, diventando fattore determinante della sua economia, della cultura e del costume dei suoi abitanti. Fondata a Sulzano nel 1933 da Cesare Cittadini, dopo decenni di attività sul Sebino, si è trasferita nel 1980 a Paderno Franciacorta, dove ha sviluppato, sulle radici di una tradizione artigianale, una eccezionale tecnologia ed un esclusivo know how nella produzione di tutti i tipi di reti con nodo e senza nodo, destinati alla pesca, acquacoltura, antinfortunistica, agricoltura, usi tecnici e industriali. Contestualmente, con l'inserimento degli impianti di torcitura, ha creato altre linee di prodotti: cucirini industriali

per pelletteria, calzature ed abbigliamento, filati tecnici per tessiture e nastrifici, ottenendo risultati di eccellenza e riconoscimenti dell'alta moda, dove vengono utilizzati per creazioni fashion dalle più prestigiose griffes mondiali. Oggi, la Cittadini è diventata leader europea di settore (oltre il 60% del fatturato è destinato all'export).
Alla guida della società è la famiglia Cittadini, Pia con i figli Cesare, Marco e Paola che, raccogliendo l'eredità imprenditoriale e morale lasciata dal padre Giovanni, hanno mantenuto un forte legame con il territorio e innovato con orgoglio e passione il tradizionale core business della rete, rispettandone la filosofia: la centralità e valorizzazione della persona, la condivisione degli obiettivi, il sostegno solidale e responsabile, la crescita e il benessere sociale e culturale del territorio. Pertanto, il premio all'impresa Cittadini è stato motivato da questi valori e dall'attenzione al capitale umano in tutte le sue sfaccettature e la particolare sensibilità per il lavoro femminile, sia all'interno dell'azienda (l'80% dell'organico su 79 dipendenti è costituito da donne), sia all'esterno nei prestigiosi incarichi di rappresentanza della presidente in ambito confindustriale, nonché ai progetti di solidarietà in Italia e all'estero, oltre ad altre iniziative in campo culturale, sociale ed ambientale.

Analisi di bilancio

La capacità di reinventare un business è tra i più rilevanti valori che si confermano anche nei dati di bilancio. Il fatturato pro capite in un settore storicamente considerato primario è significativo e indice di maggior lungimiranza del business. L'innovazione del modello di business trova un particolare riflesso nell'incidenza del costo del lavoro interno rispetto al totale cumulato dei costi per servizi e lavoro. L'importanza di questo fattore rappresentare un elemento di lungimiranza e protezione dell'esclusività del business. La società contribuisce socialmente in modo significativo e grazie alla rinuncia alla distribuzione dei dividendi sostiene finanziariamente le attività quotidiane, con una leva bassa verso i fornitori.

ANDREA MARGARITELLI

Una storia di eccellenza e bellezza

«È sempre stata una caratteristica della nostra famiglia sapersi adattare e reagire bene ai cambiamenti, ed è così che siamo passati attraverso epoche storiche, guerre e trasformazioni economiche fin dal 1870, mantenendo dritta la barra della visione etica ed estetica del nostro lavoro»: nel racconto di Andrea Margaritelli – rappresentante della quarta generazione della omonima dinastia del legno, insieme con il fratello Luca e i cugini Dario e Fernando, e il padre Giuseppe alla presidenza – si evidenzia quale è stata la chiave del successo del Gruppo Margaritelli, che oggi opera come realtà multibusiness in diversi settori industriali: dalla lavorazione del legno per la casa e per esterni alle traverse di cemento prodotte

per l'alta velocità ferroviaria, dalle strutture della sicurezza stradale alla tecnologia per saldature e anticorrosione, fino ai veicoli industriali e alla produzione di vino di qualità. «Un successo costruito lungo oltre cento anni con passione e con attenzione speciale per l'innovazione tecnologica, da parte di tutti i componenti della nostra famiglia che si sono succeduti alla guida dell'azienda», aggiunge Margaritelli, da poco eletto alla presidenza dell'Istituto nazionale di architettura.
E' un'interessante storia d'impresa, tipica del mo-

Analisi di bilancio

Il grande valore di un gruppo è la diversificazione e la capacità di presidiare efficacemente le diverse attività intraprese; questo è possibile solo attraverso un coinvolgimento etico ed emotivo massivo di tutte le figure chiave ma anche di ogni singolo. I valori di bilancio, pur considerando la dimensione aziendale, risultano molto positivi in merito sia agli utili sia al fatturato pro capite. La leva leggera verso i fornitori è un elemento rilevante proprio per la dimensione aziendale, perché dà evidenza della rinuncia allo sfruttamento di una dominanza contrattuale che un gruppo di queste dimensioni può facilmente azionare. Il valore rilevante riguarda anche la rinuncia ai dividendi e la capitalizzazione conseguentemente generata dagli utili non prelevati.

nutrita di *innovazione*

dello familiare italiano, che nasce, dopo l'Unità d'Italia, nel 1870 in Umbria e che poi attraversa quattro generazioni, seguendo un filo rosso di un'unica famiglia e di uno stesso patrimonio di valori. Radici profondamente innestate nel territorio e nella tradizione umanistica italiana, da un lato, e slancio verso l'ampliamento delle attività attraverso l'intuito e l'innovazione, dall'altro. La partenza si deve al bisnonno Eugenio, ma è solo nel 1910, con il figlio Fernando, che il legno diventa il core business. Nel 1949 Fernando lascia il timone ai figli e si dedica alla vigna, che diventerà in poco tempo il fulcro di una attività di tutto rispetto. I figli Francesco, Giovanni e Giuseppe sono ora al timone.

Il premio al Gruppo Margaritelli è il riconoscimento non tanto, o non soltanto, per lo spirito etico imprenditoriale, fatto di intuizione e di realismo, quanto piuttosto per altri due motivi: anzitutto nell'aver saputo gestire senza traumi il passaggio generazionale, affiancando due generazioni che si sono trasmesse linfa l'una con l'altra, condividendo ideali, esperienza e spirito innovativo; in secondo luogo nel considerare la filosofia della bellezza come punto d'appoggio che sottende al fare impresa: considerare la bellezza come elemento strategico, come valore aggiunto competitivo al pari degli altri importanti fattori aziendali, a iniziare dalla costruzione dei capannoni.

FRANCO CASTELLI

La mente per **competere** il cuore per **vincere**

L'azienda nasce nel 1980 come piccola azienda artigiana di impianti elettrici, ma con l'intelligenza, la volontà e la passione di crescere, fino a diventare, anno dopo anno, nel 1996 l'attuale Sinectra Srl di impianti elettrici, tecnologici, automazione industriale, energie rinnovabili (fotovoltaico, biogas) e Building Automation (illuminazione, riscaldamento, allarmi, sicurezza) con 79 dipendenti. Insieme all'imprenditore è cresciuta la squadra dei collaboratori e l'impresa.

La piramide dei valori sono stati e sono: passione e fiducia, rispetto e umiltà, determinazione e motivazione, affidabilità e disponibilità, professionalità e ambizione. «Scegliere Sinectra significa poter contare su un vero e proprio consulente tecnologico, referente e responsabile unico per lo sviluppo dell'intero progetto, in grado di soddisfare

le specifiche esigenze del settore pubblico, industriale, agricolo, commerciale e terziario. La presenza continuativa a fianco del cliente ci permette di cogliere con tempestività le nuove esigenze, accompagnandolo nel cammino di crescita e cambiamento, esattamente come avviene per ciascuno dei componenti di questa nostra azienda», spiega il titolare Franco Castelli, che guida l'impresa sin dall'inizio, sfruttando i "talenti della parabola evangelica". Il premio all'impresa Sinectra è il riconoscimento per il coraggio e l'ingegnosità delle iniziative imprenditoriali che, unite a un percorso di sviluppo personale e alla formazione delle risorse umane, è riuscito a creare una importante realtà aziendale specializzata nella fornitura di soluzioni impiantistiche integrate. L'attenzione costante che l'imprenditore ha saputo costruire con i collaboratori e i dipendenti, collegata alla capacità di stringere relazioni umane con i fornitori e la clientela, si riflette nelle ricadute positive aziendali e sull'intera comunità. Espressione dell'attenzione al territorio è la disponibilità di Sinectra come sede operativa per le riunioni, incontri, manifestazioni e soprattutto per la raccolta e l'invio degli aiuti umanitari, quali generi alimentari, vestiario, materiali per la costruzione di scuole, organizzando le spedizioni con i relativi container. Dalla capacità di stringere relazioni nasce anche la collaborazione con la Onlus Cida, che gestisce nella Repubblica Dominicana scuole e centri in cui vengono ospitati e presi in cura bambini, orfani o affidati al centro, e ragazzi fino alla maggiore età, preparandoli all'inserimento benefico ed efficace nella società.

Analisi di bilancio

Sinectra si rivolge ad un mercato particolarmente competitivo, utilizza molto personale interno e questo è l'elemento di maggior rilevanza, considerati gli usi della concorrenza di settore. L'attenzione alla struttura interna, può essere la motivazione degli utili contenuti per addetto, bilanciati da un fatturato elevato per addetto. Gli elementi di natura so-ciale che promuove, non sono facilmente rilevabili dai dati di bilancio anche per la carenza della dote informativa. È particolarmente positivo l'indice di contributo allo Stato ed è eviden-te il continuo accumulo degli utili e conseguente rinuncia ai dividendi, fatto che genera una forza finanziaria positiva a favore di tutta la società. Il fattore di valutazione finale è stato in-centrato sull'analisi della capacità di innovazione che dai dati non è stato possibile valutare.

PRIMO BARZONI

L'unione di *intenti* che rende il business eco-sostenibile

La società Palm, fondata nel 1980 come falegnameria da Guido Barzoni – padre dell'attuale amministratore delegato Primo Barzoni - con il concorso del gruppo familiare, da impresa artigiana si trasforma in società con sede a Viadana, un piccolo paese della campagna mantovana, diventando leader nazionale nel mercato degli imballaggi e pallet in legno.

La menzione speciale assegnata all'impresa Palm e a Primo Barzoni è il riconoscimento a chi ha portato avanti l'attività con una visione lungimirante e, ispirandosi all'etica pratica dell'esperienza umana e professionale, ha garantito nel tempo lo sviluppo dell'impresa e la stabilità dell'occupazione. La ricerca continua di un equilibrio tra esigenze di mercato e la missione contenuta nel codice etico aziendale, accompagnato alla responsabilità dell'impresa e alla filosofia dello sviluppo sostenibile, circolare ed eco-compatibile, hanno prodotto una crescita culturale e valoriale di radicamento al territorio. Alcune iniziative, come la fondazione della Cooperativa Sociale Onlus – voluta da impresa e collaboratori – favoriscono l'armonia con il contesto locale e un esempio concreto per tutti a favore dell'inserimento di ragazzi diversamente abili nel mondo del lavoro, «con la consapevolezza che la persona svantaggiata, se opportunamente preparata e supportata – come spiega Barzoni – può partecipare al bene del territorio, sentendosi di farne parte». Nel corso degli anni Palm ha sviluppato diverse azioni volte a migliorare il clima aziendale: dalle buone relazioni umane con i dipendenti, all'accoglienza e integrazione dei soggetti fragili, favorendo lo sviluppo e la formazione dei migranti, aderendo per prima, nella provincia di Mantova, alla Carta delle pari opportunità. In sostanza, la Palm, praticando la "buona" impresa per fare "buona" economia, ha posto l'uomo al centro del progetto d'impresa, come la risorsa più importante, instaurando un reciproco clima di fiducia con i collaboratori e le maestranze e con i vari protagonisti della filiera: fornitori, clienti e territorio per la creazione di un valore condiviso e duraturo.

Analisi di bilancio

Il progetto imprenditoriale è focalizzato sulla forza lavoro interna. La capacità di adattamento nella storia aziendale è molto rilevante considerando in particolare il mercato di riferimento a cui si rivolge. È evidente un particolare rispetto finanziario verso i fornitori e un significativo contributo verso lo Stato rispetto al fatturato e ancor più rispetto all'utile netto. Le iniziative di carattere sociale che ha promosso, essendosi espresse in via parallela, non risultano espresse nei valori di bilancio, pur risultando di elevato impatto sociale.

BUSINESS EDUCATION COWORKING

Corefab - Innovazione e Networking per gli imprenditori di oggi e di domani

Più di un semplice spazio di lavoro, in Corefab gli imprenditori e i professionisti trovano l'ambiente ideale per far crescere le proprie idee e progetti.

Un luogo di formazione e confronto che si sviluppa anche nella scuola di cucina Corefood, con sede nella stessa location, attraverso un programma di eventi e team building personalizzati, allo scopo di portare in cucina la realtà aziendale coinvolgendo attraverso la motivazione e l'aggregazione.

La strada che stiamo costruendo porta inoltre le piccole generazioni ad avvicinarsi, attraverso creatività e conoscenza, alle nuove tecnologie con un percorso formativo strutturato e divertente.

Corefab: www.corefab.it
Corefood: www.corefoodmilano.it

Corefab&Corefood
Via Po 77 Cormano (Mi) - 342/7768442

FONDAZIONE
CATTOLICA ASSICURAZIONI

INVESTIAMO SULLE PERSONE CHE GUARDANO OLTRE E SI ASSUMONO LA RESPONSABILITÀ DI INTRAPRENDERE NEL SOCIALE

Nel segno di **san Giuseppe** premiata **l'unione** in azienda

Dal Telefono Arancione, che aiuta e sostiene gli imprenditori in grave difficoltà e negli ultimi due anni ha registrato oltre 1000 chiamate, al premio nazionale che valorizza le buone prassi imprenditoriali ispirate a principi etici e al magistero sociale della Chiesa cattolica: l'ASGI - Associazione San Giuseppe Imprenditore porta a sintesi la propria duplice missione sociale con l'evento conclusivo della seconda edizione del Premio "Impresa Etica", in programma ad Asti sabato 16 e domenica 17 marzo presso il Santuario di san Giuseppe e la Casa degli Oblati di corso Vittorio Alfieri 384, alla presenza del vescovo di Asti monsignor Marco Prastaro e delle istituzioni cittadine.

«La realtà socio-economica italiana vive ancora su una notevole presenza dell'imprenditoria di impronta familiare, che spesso vanta una lunga storia e si tramanda da più generazioni. Il premio annuale, promosso dalla nostra associazione in collaborazione con Avvenire e Fondazione Cattolica Assicurazioni, insieme a diverse aziende sostenitrici, vuole rappresentare il riconoscimento formale dell'impegno quotidiano di questa significativa realtà imprenditoriale, individuando coloro che si sono distinti con successo nella propria attività, riuscendo al contempo a perseguire i più alti standard etici e i valori della responsabilità sociale», spiega Lorenzo Orsenigo, fondatore e presidente dell'ASGI.

Per la prima volta in Italia un riconoscimento dedicato all'imprenditorialità etica viene assegnato alla duplice componente – l'imprenditore e i suoi collaboratori - che unita determina il successo duraturo e costante nel tempo di un'azienda: «E' un premio per gli imprenditori di ogni categoria, settore e dimensione che si distinguono nel coniugare i principi etici dell'imprenditorialità - creatività, onestà, buona fede e buona fama, efficienza e assunzione prudente del rischio - nella gestione dell'impresa e nel condividere con i collaboratori e i dipendenti l'impronta significativa nel territorio; e per le maestranze

SPONSOR & PARTNER

che si distinguono per senso di appartenenza, collaborazione, dedizione e laboriosità», aggiunge il professor Oreste Bazzichi, docente di sociologia economica presso la Pontificia Facoltà san Bonaventura-Seraphicum e presidente della giuria che ogni anno seleziona e valuta le imprese candidate, presentate nelle pagine seguenti.
Quest'anno l'iniziativa si arricchisce di un nuovo riconoscimento: il Premio "San Giuseppe Marello", promosso dall'ASGI e dalla Congregazione degli Oblati: «sarà assegnato a un'impresa familiare nata e cresciuta per iniziativa di una coppia di sposi, che hanno dedicato una vita a un lavoro in proprio, aiutati dai figli in una visione religiosa della conduzione d'impresa e dei sacrifici atti a creare benessere per i propri dipendenti, trattati familiarmente, e per le loro generazioni successive», dice padre Luigi Testa, assistente spirituale nazionale dell'ASGI.
L'evento finale prevede un programma molto denso di appuntamenti: sabato 16 marzo (dalle 15 alle 19) spazio al laboratorio culturale e innovation matching, organizzato in collaborazione con il Polo universitario di Asti, con i tavoli tematici tra imprenditori, lavoratori e studenti a confronto su "La libertà dell'errore: dna del successo. Diversi imprenditori hanno confermato la loro partecipazione, tra cui Franco Castelli, Pia Cittadini, Salvatore Cortesini, Mirco Gasparotto, Graziano Giordani, Sandro Grespan, Erminio Renato Goria, Luca Guzzabocca, Andrea Margaritelli, Mauro Mastrototaro e Andrea Mondini. Al termine del workshop una tavola rotonda tra i protagonisti, con le conclusioni affidate a monsignor Adriano Vincenzi, fondatore del Festival della dottrina sociale della Chiesa cattolica e, in serata, spettacolo musicale con gli Evergreens. Domenica 17 marzo la Santa Messa (ore 10,30) presieduta dal vescovo di Asti, seguita dalla cerimonia di consegna dei premi "Impresa Etica" e "San Giuseppe Marello" (ore 11,30) e dal pranzo ufficiale presso la scuola alberghiera "Afp Colline Astigiane" (ore 12,45).

SCOLPITA NEL MARMO

«Una sera di primavera del 2017 vidi alla tivù, per la prima volta, un signore anziano con la barba esporre un suo progetto per premiare gli imprenditori veramente eccellenti. Il suo nome era Lorenzo Orsenigo e si riferiva a coloro che non solo avevano dimostrato invidiabili capacità imprenditoriali, ma anche, e soprattutto, sensibilità etica. Egli raccontava di avere alle spalle un'importante esperienza imprenditoriale, travolta però non solo dalla crisi ma anche dal comportamento a dir poco scorretto di certi colleghi imprenditori.
Da questa sua dolorosa esperienza scaturisce questa iniziativa. Un segno tangibile, quindi, un premio da consegnare nelle mani di quei "buoni" imprenditori che pochi conoscono ma che contribuiscono al bene integrale della realtà in cui operano»: così l'artista Emilio Fornasa racconta l'origine della realizzazione della scultura che

ENTI PATROCINATORI

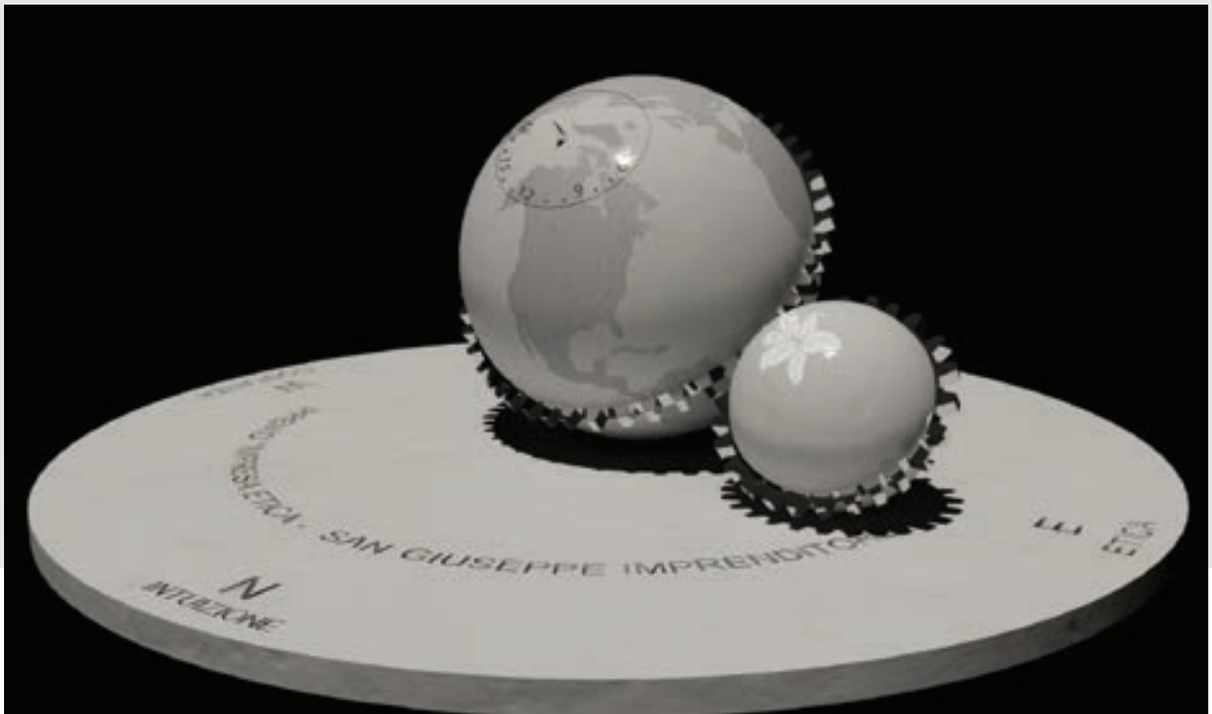
Città di Asti · Camera di Commercio Asti · Fondazione Cassa di Risparmio di Asti · UniASTISS Polo Universitario Rita Levi-Montalcini

MEDIA PARTNER

Avvenire · TV2000 · Radio Maria in the world · Gazzetta d'Asti

LA RUOTA CHE FA GIRARE L'ECONOMIA

identifica il premio "Impresa Etica". «Abbiamo rappresentato il ruolo dell'imprenditore etico con una scultura che lo vede come la parte motrice che si innesta, assieme ai suoi collaboratori, nel contesto sociale globale.
Due sfere sostenute da una piattaforma rotonda - l'imprenditore e il mondo - all'interno di quattro punti cardinali di riferimento: intuizione, coraggio, costanza ed etica. Chi fa impresa privilegiando questi valori diventa parte di quell'ingranaggio che alimenta e fa girare il mondo in modo virtuoso. Sulla superficie della sfera minore è inciso il giglio fiorito di san Giuseppe, artigiano per eccellenza e ispiratore del premio stesso. La scultura assume il significato della direzione da perseguire la bussola cui fare riferimento per non perdere di vista i valori fondanti dell'arduo, spesso tormentato e non sempre corretto mondo dell'imprenditoria». Alle monache del Monastero di Bose è stato invece affidato il compito di creare l'oggetto che premia i lavoratori dell'azienda vincitrice: una preziosa icona inserita in una squadra di legno. Spiega Oreste Bazzichi: «La squadra è l'espressione del nostro essere, che lavora alla ricerca di una soddisfazione piena; rappresenta la sete di ricerca, che parte dall'enigma della progettualità per vederne la realizzazione; significa sporcarsi le mani per creare qualcosa per il bene comune; indica che lavorare insieme, condividendo lo stesso obiettivo, è vincente».



EDIZIONE 2019: I CANDIDATI

EXTRAVEGA Paderno Dugnano (Milano)

Fondata nel 1985 e guidata da Antonio Rillosi, Extravega opera in tutto il mondo nei settori dell'architettura e del design tramite la sede principale italiana e le filiali di New York, Londra e Sydney. Leader nella progettazione, produzione e installazione di opere e ambienti di design di altissimo livello, esclusivamente su misura, è in grado di offrire un servizio chiavi in mano anche per i progetti più complessi. Dopo oltre 33 anni di attività e presenza dinamica, il contesto operativo si è evoluto verso una pluridimensionalità operativa, occupandosi della costruzione di opere architetturali, di allestimenti di spazi fieristici, oggetti di arredamento, opere d'arte e di design. La natura eclettica dell'azienda l'ha portata a sviluppare innumerevoli realizzazioni in collaborazione con architetti e designer di fama mondiale. La pluriennale conoscenza ed esperienza maturata a fianco di general contractor, in qualità di partner di fiducia, ha permesso la realizzazione di lavori con alti standard qualitativi consegnati e installati in tutto il mondo. Tra i progetti figurano negozi di marca, uffici e showroom, allestimenti fieristici, ristrutturazioni di hotel, edifici e residenze.

Antonio Rillosi

GRAZIANO RICAMI Venarotta (Ascoli Piceno)

Venarotta è un piccolo borgo di circa 2000 abitanti arroccato sui monti, alle spalle di Ascoli Piceno, e intorno a sé ha altri piccoli insediamenti abitativi. È da qui che viene il protagonista di una storia tutta italiana ormai diventata internazionale tra gli addetti ai lavori del mondo del lusso più esclusivo. Infatti a Venarotta ha la sua sede la Graziano Ricami Spa, leader mondiale nel ricamo industriale al servizio del settore accessori e abbigliamento delle griffe più importanti del lusso, la parte più alta e esclusiva del settore. Il titolare, Graziano Giordani, ha iniziato ormai quarant'anni fa a lavorare come tecnico per l'assistenza alle macchine per il cucito e per il ricamo industriale (è stato uno dei tanti "figli" della Necchi) imparando a "entrare dentro" alle macchine fino a farle vivere di luce propria , trasformandole fino a renderne esclusivo, inimitabile il prodotto. Oggi, insieme alla moglie Silvana e alla seconda generazione, i figli Adriano e Antonio,Giordani conduce un'impresa di successo il cui segreto converge attorno a poche ma significative parole: manualità, servizio, territorio, scuola, spiritualità.

Graziano Giordani

KAIROS RAINBOW Roma

Fondata nel 1985 da Salvatore Cortesini, oggi affiancato dal figlio Renato, la compagnia opera nel settore dei trasporti con una forte specializzazione nell'ambito delle consegne a temperatura controllata, garantendo il rispetto delle caratteristiche fisiche del prodotto in tutte le fasi del trasporto, in Italia e in Europa. Il rispetto della catena del freddo costituisce il maggiore impegno di Kairos Rainbow, che dispone di 50 automezzi di proprietà e di oltre 200 mezzi di imprese partner. Nel corso degli anni l'azienda ha lavorato per incarnare i concetti di affidabilità, puntualità ed efficienza, investendo nella formazione delle risorse umane. Ha in corso un progetto sociale di grande valore, sviluppato insieme a istituzioni internazionali, per riqualificare i richiedenti asilo e inserirli come autisti nella propria flotta. Cortesini si è anche impegnato nell'ambito dell'eco-sostenibilità del business, realizzando in collaborazione con Treedom la prima foresta aziendale: oltre 250 alberi piantati ad Haiti, che permettono l'assorbimento di 97.750 kg di CO_2 all'anno, quantità sufficiente a riempire 509 tir.

Salvatore Cortesini

KORBAN Pezzolo Valle Uzzone (Cuneo)

La società agricola Korban Srl è stata fondata nel 2007 da Franco Ferraro e Federica Guiati nell'Alta Langa piemontese e opera principalmente nel settore agricolo, zootecnico e lattiero-caseario, proponendosi sul mercato con una varietà di prodotti a marchio proprio, biologici, caratterizzati dall'alta qualità e dal rispetto delle tradizioni produttive locali, con propositi di valorizzazione dei territori e dell'ambiente. Nel 2014 viene avviato il progetto caseario "Via Lattea" trasformando il latte di capra proveniente dal proprio allevamento e lavorando latte vaccino proveniente dagli allevamenti cuneesi vicini. Vengono prodotti yogurt, gelati, formaggi freschi e stagionati, nocciole e derivati. Nello stesso anno Ferraro richiama in azienda i figli, Giuseppe e Gaia, introducendoli e formandoli all'attività e piano piano lasciando loro il campo operativo, gestionale e direzionale. Dal 2015 Korban ha iniziato a collaborare con importanti realtà come Slowfood e Eataly. La visione strategica dell'azienda è quella di tornare alle radici, creando una comunità di persone sensibilizzate che, attraverso il rapporto uomo-natura, sostengano il progetto di ricostruire quel legame profondo tra cibo, territorio e ambiente.

Giuseppe Ferraro

EDIZIONE 2019: I CANDIDATI

MASTROTOTARO GROUP Bisceglie (Barletta-Andria-Trani)

Foto di gruppo per la famiglia Mastrototaro

Un gruppo imprenditoriale che è allo stesso tempo una famiglia e un'idea innovativa di fare impresa con passione, competenza ed etica. Fin dal 1956, quando il capostipite della dinastia, Giacomo Mastrototaro, crea un'azienda di produzione di imballaggi in legno e contestualmente gestisce con profitto un'azienda agricola. I tre figli Giulio, Mauro e Roberto proseguono l'attività, dando vita 10 anni fa a una nuova ditta che produce specialità gastronomiche di eccellenza del territorio. Mastrototaro Group ora raccoglie sotto un'unica impostazione aziendale la produzione di imballaggi in legno, quella di conserve agroalimentari, l'azienda agricola, fino ad arrivare alla libreria Mondadori all'interno degli storici locali delle Vecchie Segherie Mastrototaro, reduci da un recente riconoscimento Unesco, la cui missione si esplicita nell'attività di promozione culturale e artistica che ne ha fatto un punto di riferimento irrinunciabile per tutto il territorio. Senza dimenticare la grande attenzione sociale che risiede nella sua stessa visione: ne è un esempio tra tanti il pranzo di Natale di beneficenza organizzato da cinque anni (dalla morte del fondatore) per la Caritas e che ospita centinaia di cittadini bisognosi.

PAGINE SÌ Terni

La società è attiva sin dal 1996 nel settore dell'editoria pubblicitaria multimediale, sotto la guida di Sauro Pellerucci. Nata con la produzione di elenchi telefonici cartacei e on-line, Pagine Sì! è oggi – con circa 60.000 clienti e una rete vendita composta da oltre 400 agenti – il secondo operatore italiano nel settore della comunicazione in favore di pmi, professionisti, associazioni ed enti pubblici. Pagine Sì! è una case history italiana di successo, che ha vissuto una crescita costante seguendo sempre l'innovazione, dalla carta al digitale, fino a trasformarsi in una internet company a ciclo completo; oggi è in grado di sviluppare e commercializzare i più moderni servizi digitali destinati a determinati cluster settoriali e territoriali e soluzioni specifiche per singoli mercati, unendo il tutto a un'approfondita conoscenza delle tecniche di comunicazione più consolidate e tradizionali. Ciò ha permesso al gruppo aziendale di divenire un vero e proprio hub di sviluppo, una piattaforma in grado di raggiungere gli obiettivi tramite l'identificazione delle opportunità che il mercato offre ai suoi clienti.

Sauro Pellerucci

Università di Asti
Faro di Cultura delle Terre Unesco

Nell'anno accademico 2018-2019, il Polo Universitario Rita Levi-Montalcini ospita, promuove e gestisce i corsi universitari dei seguenti atenei piemontesi:

Università degli Studi di Torino

- Laurea triennale di I° livello in Infermieristica
- Laurea triennale di I livello in Scienze delle Attività Motorie e Sportive
- Laurea triennale di I livello in Tecnologie Alimentari per la Ristorazione
- Laurea biennale magistrale di II° livello Interateneo in Scienze Viticole ed Enologiche

Università degli Studi del Piemonte Orientale

Amedeo Avogadro

- Laurea triennale di I° livello in Servizio Sociale
- Master annuale di I° livello in Sviluppo Locale. Teorie e metodi per le Pubbliche Amministrazioni

Dal prossimo anno accademico 2019 - 2020, si attiveranno i corsi:

- Laurea biennale magistrale di II° livello in Servizio Sociale, Politiche Pubbliche, Organizzazione
- Master annuale di I° livello in Economia, Innovazione, Comunicazione e Accoglienza per l'impresa turistica

Accademia di Belle Arti di Cuneo

Polo Universitario Internazionale di Progettazione Artistica

- Laurea triennale di I° livello in Arti Multimediali
- Laurea triennale di I° livello in Arti Visive
- Laurea triennale di I° livello in Design
- Laurea triennale di I° livello in Fashion Design
- Laurea triennale di I° livello in Grafica

Gli iscritti l'anno accademico 2018-2019 sono così suddivisi:

Infermieristica (numero chiuso) 225 studenti
Scienze delle Attività Motorie e Sportive (numero chiuso) 610 studenti
Tecnologie Alimentari per la Ristorazione (solo terzo anno) 59 studenti
Scienze Viticole ed Enologiche 54 studenti
Servizio Sociale 209 studenti
Sviluppo Locale 10 studenti
Arti Multimediali, Arti Visive, Design, Fashion Design, Grafica 190 studenti

Negli ambiti della ricerca scientifica e dei servizi al territorio, il Polo Universitario Rita Levi-Montalcini è sede delle attività del **Centro Studi per lo Sviluppo Rurale della Collina** e promuove una serie di programmi agli individui e alle comunità di tematiche relative a **Sport, Salute e Benessere**, ospita anche la sede di Asti dell'**Associazione Scuole Tecniche San Carlo di Torino** con le attività didattiche e pratiche del **corso professionalizzante di Estetista.** Il **Consorzio Asti Studi Superiori**, Agenzia di Formazione riconosciuta dalla Regione Piemonte è risultato capofila per il triennio 2019 - 2021 di un **Corso per Operatore Sociosanitario**, con 25 partecipanti selezionati.

Nel corso dell'anno, sono ricorrenti convegni scientifici, attività culturali e corsi di alta formazione.

UniASTISS
Polo Universitario *Rita Levi-Montalcini*

ASTI STUDI SUPERIORI - ASTISS SCRL
SEDE LEGALE: Corso Alfieri, 326 - Asti
SEDE OPERATIVA: Piazzale Fabrizio De Andre' - Asti • Mail: segreteria@uni-astiss.it • Tel.: +39 0141 590423 *(centralino)*

CONGREGAZIONI E MISSIONI

Dai **giovani** agli si rinnova l'apostolato degli **Oblati**

Sin dalla sua fondazione, l'Associazione San Giuseppe Imprenditore ha trovato ascolto e sostegno spirituale presso la Congregazione degli Oblati di san Giuseppe. In virtù di questa ideale unione d'intenti padre Luigi Testa, superiore della casa madre di Asti, è diventato vicepresidente e assistente spirituale nazionale dell'ASGI. Dal 2018 la sede astigiana degli Oblati è anche diventata la "dimora" del Premio nazionale "Impresa Etica – San Giuseppe Imprenditore", la cui prima edizione si è celebrata alla presenza del vescovo di Asti, monsignor Francesco Ravinale, e delle principali autorità cittadine. Quest'anno, al premio nazionale si è aggiunto il premio "San Giuseppe Marello" promosso dagli stessi Oblati per valorizzare un'impresa familiare del territorio astigiano. E' l'ultimo passo di una storia iniziata 140 anni fa…

La Congregazione degli Oblati di San Giuseppe nasce ad Asti il 14 marzo 1878, maturata nella preghiera e nella sofferenza di don Giuseppe Marello. Il sacerdote affitta due stanze presso l'Opera Pia Michelerio e i primi Oblati crescono nell'intimità con Dio e nel servizio agli orfani. Il Marello desidera risvegliare la vita religiosa maschile in Asti e vuole una comunità di veri discepoli di Gesù Cristo, che dimorando operosi nella "Casa di San Giuseppe", uniti dal vincolo della carità, prendano le proprie ispirazioni da san Giuseppe, il primo sulla terra a curare gli interessi di Gesù.

Aiuto al clero diocesano

«I fratelli di san Giuseppe, come godettero sempre il favore del vescovo, così procurino di fare sempre il possibile per non demeritarlo, mantenendosi fedeli allo spirito del loro Istituto che li obbliga a non ricusarsi mai ad alcuna opera del sacro ministero cui li chiama la voce dell›autorità ecclesiale». G. Marello, Scritti e insegnamenti.

Attività socio-assistenziali

Il 6 ottobre 1882 un benemerito astigiano, Giovanni Cerrato, cede a don Marello un ospizio per i "cronici" poveri, da lui fondato anni prima nella città. Così, due anni dopo, il Marello trasferisce gli ospiti in locali più adatti nell'ex monastero Santa Chiara che sarà chiamato a dirigere con i suoi Oblati.

Scuole e convitti

Nel 1884 la piccola famiglia religiosa del Marello è composta di due sacerdoti e ventidue tra fratelli e novizi. Potrà così anche avviare in "Santa Chiara" una scuola, un collegetto per una trentina di alunni e successivamente anche un orfanotrofio.

Oratori

Nel 1895 i Fratelli si occupano del primo oratorio cittadino in Asti, l'oratorio di San Giovanni, presso il duomo. Da allora gli Oblati di San Giuseppe camminano sulle vie di Dio e sulle direttive tracciate dal loro fondatore.

Le missioni

Gli Oblati sono aperti alle indicazioni della Provvidenza, quando nel 1915 li chiama in terre ove

CONGREGAZIONI E MISSIONI

imprenditori

più urgenti si manifestano le necessità dell'evangelizzazione. I figli del Marello attualmente sono in Italia, nelle Filippine, in Brasile, negli Stati Uniti (Pennsylvania e California), Perù, Bolivia, India, Polonia, Nigeria, Australia, El Salvador, Spagna, Mozambico, Indonesia. Conducono una settantina di case di missione e apostolato.

La benedizione di Papa Francesco

«La missione a voi trasmessa dal fondatore, san Giuseppe Marello, manifesta il vostro peculiare carisma di riprodurre nella vita e nell'apostolato l'ideale di servizio come lo visse San Giuseppe di Nazareth. A partire dall'imitazione del suo stile di vita discreto, umile e laborioso. Egli ha vissuto con fedeltà e semplicità la sua vocazione di custode di Maria e di Gesù. È stato vicino alla sua sposa nei momenti gioiosi e in quelli difficili, e con lei ha stabilito una meravigliosa familiarità con Gesù, che aveva continuamente sotto i suoi occhi. Ricchi della semplicità operosa di san Giuseppe, siete chiamati ad essere nel mondo testimoni di un peculiare messaggio, di una consolante buona notizia: che cioè Dio si serve di tutti, in preferenza dei più piccoli e umanamente sprovveduti, per impiantare e far crescere il suo Regno. La prospettiva di servire Gesù nella Chiesa e nei fratelli, con particolare attenzione ai giovani e ai più umili, possa sempre improntare la vostra vita e la vostra gioia. …

Vi incoraggio, pertanto, a continuare a vivere e operare nella Chiesa e nel mondo con le virtù semplici ed essenziali dello Sposo della Vergine Maria: l'umiltà, che attira la benevolenza del Padre; l'intimità con il Signore, che santifica tutto l'operato cristiano; il silenzio e il nascondimento, uniti allo zelo e alla laboriosità in favore della volontà del Signore, nello spirito di quella felice sintesi a voi lasciata dal Marello come motto e programma: "Siate certosini in casa e apostoli fuori casa".

Questo insegnamento, sempre vivo nel vostro spirito, impegna tutti voi, cari fratelli, a custodire nelle case religiose un clima di raccoglimento e di preghiera, favorito dal silenzio e da opportuni incontri comunitari. Lo spirito di famiglia cementa l'unione delle comunità e di tutta la Congregazione». (Papa Francesco, Discorso ai Capitolari degli Oblati di san Giuseppe, 31 agosto 2018).

ADRIANO VINCENZI

Gli **uomini** e non gli algoritmi creano **lavoro**

Lo incontriamo a Verona, in una parrocchia di periferia, non lontano dal grande padiglione che ogni anno – dal 2011 – raccoglie migliaia di visitatori interessati a conoscere, approfondire e praticare le grandi tematiche della dottrina sociale della Chiesa cattolica, nell'ambito del Festival da lui stesso ideato e animato. Monsignor Adriano Vincenzi, presidente della Fondazione Segni Nuovi e della Fondazione Giuseppe Toniolo, è oggi uno degli uomini di Chiesa più vicini e in sintonia con il mondo imprenditoriale.

Monsignor Adriano Vincenzi, presidente della Fondazione Giuseppe Toniolo e della Fondazione Segni Nuovi, è il fondatore e animatore del Festival della dottrina sociale della Chiesa cattolica, che si tiene in novembre a Verona.

Monsignor Vincenzi, tra gli aspetti cruciali della contemporaneità possiamo individuare la presenza capillare delle tecnologie nella vita quotidiana e le trasformazioni che esse producono nel mondo del lavoro. In che modo la Fondazione Segni Nuovi intende focalizzarsi su queste grandi tematiche sociali?

«Bisogna comprendere, innanzi tutto, che la tecnologia riguarda sempre e soltanto il modo in cui le cose vengono fatte, prodotto, realizzate. Noi, invece, abbiamo bisogno di capire anche il perché vengono fatte. La Fondazione Segni Nuovi cerca di trasmettere questa visione diversa della realtà, in modo che quello che facciamo sia sempre funzionale all'uomo. La tecnologia è neutra, non ha un volto o un fine. Potrebbe anche produrre dei risultati eccellenti, ma se non sappiamo verificare se questi esiti sono a favore dell'uomo, cioè sono un bene per l'umanità, potrebbero accadere –come è già successo – situazioni molto pericolose. Non è sufficiente dire "si può fare", bisogna porsi anche la domanda "va bene farlo?", oppure "perché lo facciamo?". In questo modo riportiamo l'uomo al centro dell'azione, ovvero recuperiamo la centralità della persona. Oggi è facile dare una risposta o una soluzione attraverso un computer, un algoritmo, una tecnologia. Invece è tipico dell'umano dire se queste risposte possibili devono essere prima vagliate alla luce del bene per l'uomo stesso. Se di dimentichiamo questo secondo passaggio, perdiamo il controllo di quello che facciamo».

E' una forte domanda di senso rispetto a ciò che l'uomo può immaginare o fare rispetto alle possibilità del progresso scientifico e tecnico. Il mondo imprenditoriale è decisamente interpellato da tale questione. E' per questa ragione che da parte della Chiesa è cresciuta l'attenzione sul ruolo insostituibile dell'impresa per lo sviluppo sociale ed economico?

«Credo che l'importanza degli imprenditori e la relativa attenzione da parte della Chiesa cattolica nasca dalla consapevolezza che il lavoro, e quindi

Il presidente dell'Associazione San Giuseppe Imprenditore a colloquio con monsignor Vincenzi.

la possibilità di dignità sociale ed economica della persona, è generato da chi intraprende un'attività economica. Oggi c'è un grande bisogno di persone che sappiano fare impresa, cioè che creino lavoro. Ma il "fare" non è l'unico elemento da tenere in considerazione: bisogna avere uno sguardo rivolto agli scopi del fare. Per cui noi diciamo: va bene produrre, va bene fare, ma questa produzione deve avere il volto e il timbro di una persona. L'impresa di per se' è anonima, io mi rivolgo agli imprenditori, perché è con le singole persone che si può verificare il cammino intrapreso e la direzione assunta, oppure ipotizzare scenari nuovi e possibili, sapendo che solo dove il fattore umano è rispettato e centrale rispetto allo sviluppo, allora è possibile ipotizzare qualcosa di creativo. La creatività, il generare nuove idee imprenditoriali e nuove forme di occupazione, è un'attività squisitamente umana. E' per questo che parliamo di bene comune e non di semplice produzione del bene. E' per questo che all'interno del modo di produrre ricchezza è contenuto anche il criterio con cui la ridistribuiamo. Se questo concetti non vanno di pari passo, noi stravolgiamo il concetto di impresa e soprattutto perdiamo il volto stesso dell'impresa, che è dato da quelli che lavorano e da quelli che si sono ingegnati e organizzati per avviare e condurre l'attività. Oggi servono imprenditori, e lavoratori, uniti da questa grande responsabilità senza sconti, in modo da poter anche ipotizzare forme nuove di relazioni economiche. La novità oggi è pensare che la produzione non sia più, soltanto, uno scambio di beni ma contenga anche uno sguardo verso il futuro, la costruzione di una reputazione, forme di gratuità e dimensioni relazionali arricchenti. Solo un uomo può affrontare queste sfide, non una macchina o una tecnologia; in caso contrario, continueremo ad operare senza sapere dove stiamo andando».

Queste affermazioni hanno un forte impatto sulla dimensione educativa e culturale, in ambito economico. Qual è oggi la visione e l'impegno della Fondazione Segni Nuovi per quanto riguarda la formazione dei giovani? C'è una particolare attenzione educativa rivolta anche al mondo degli imprenditori, delle partite Iva, dei lavoratori autonomi?

«Certamente la formazione ha un ruolo centrale, oggi, ma non possiamo limitarci al livello della cultura professionale o della creazione di competenze. C'è una questione valoriale che sta all'origine di tutto, tenendo presente che i valori non si trasmettono da soli ma vanno conosciuti e coltivati. Bisogna anche organizzarsi e lavorare affinché questi valori siano diffusi, rispettati e goduti. Se dimentichiamo che l'azione deve essere accompagnata da dimensione valoriale, noi distruggiamo la realtà. Dobbiamo poter spiegare ai giovani questi aspetti fondanti della vita, senza nasconder loro che c'è anche una sana fatica da affrontare, che ci sono anche sacrifici da fare per poter ottenere risultati e costruire il bene per se' e per gli altri. Oggi si fa fatica a dire certi no e certi sì, perché mancano figure coraggiose in grado di proporre una visione, cioè un modo di pensare e agire che sia un fattore arricchente per tutti. Questo è il passaggio chiave per generare persone libere, coscienti di quello che possono fare ma senza scorciatoie. E questo vale perfettamente anche per chi fa impresa».

PAOLO BEDONI

Dalla Rerum novarum al mercato la sfida di

Cattolica Assicurazioni esprime alcuni aspetti peculiari e originali: è una cooperativa, quindi con un capitale sociale molto esteso, ed è una delle poche compagnie assicurative italiane che hanno più di un secolo di vita. Come è stato costruito e consolidato questo successo imprenditoriale?

«Cattolica Assicurazioni nasce nel 1896 e oggi conta 24.500 soci. Fin dall'inizio la Compagnia ha saputo coniugare con intelligenza alcuni aspetti fondamentali: il modello cooperativo e quindi la forte presenza sul territorio; il connubio fondativo tra sacerdoti e laici; e infine l'unione di intenti tra soci e azionisti. Siamo una compagine nata all'indomani della Rerum Novarum, quando la Chiesa cercò di dare risposte alla crisi sociale di fine secolo. Per questo il cammino di Cattolica Assicurazioni si è mantenuto nel solco dell'originario legame con la sua identità. Ancora oggi il nostro statuto, in particolare l'articolo 10, è ispirato alla Dottrina sociale della Chiesa: per essere soci bisogna rispettare questi valori fondativi. Il nostro impegno costante è far crescere un'impresa che ogni giorno deve dimostrare la coerenza del suo modello di business con i valori identitari di appartenenza».

Quali sono oggi le criticità del mercato assicurativo in generale? E qual è la vostra visione per affrontarle?

«Cattolica Assicurazioni è l'unica compagnia assicurativa quotata a livello nazionale ad essere una cooperativa. Dedichiamo particolare attenzione al cittadino consumatore e alle sue necessità, soprattutto in un periodo di crisi molto ampio e profondo, che non si è ancora concluso. La società è cambiata, nelle aspettative e nelle esigenze. La responsabilità di Cattolica Assicurazioni è di

CATTOLICA ASSICURAZIONI
DAL 1896

Il Gruppo Cattolica è uno dei maggiori attori del mercato assicurativo italiano e può contare su una raccolta premi di oltre 5 miliardi di euro a fine 2018. Oltre 3,6 milioni di clienti si affidano alle soluzioni assicurative e ai prodotti distribuiti da Cattolica e dalle altre società del Gruppo. Per informazioni sui prodotti assicurativi dedicati al settore business: https://www.cattolica.it/.

assicurativo: Cattolica Assicurazioni

essere protagonista non solo nel proprio mercato di riferimento, ma anche di andare alla ricerca dei fabbisogni dell'economia reale, ossia delle persone, delle famiglie e delle piccole imprese. Questo è il segreto di una cooperativa: il rapporto e il legame con il territorio. Per noi ciò significa comprendere i bisogni a livello nazionale, interpretarne la manifestazione in ambito territoriale e proporre nuovi prodotti assicurativi tenendo sempre presente l'etica all'interno degli affari. L'etica non è un distintivo da appuntarsi sulla giacca e nemmeno un freno allo sviluppo: l'etica è un comportamento virtuoso, che genera profitto e benessere sociale ed economico. In tal modo si creano le condizioni per essere un soggetto esclusivo sul mercato assicurativo».

Quali sono le opportunità o le prospettive che Cattolica Assicurazioni sta focalizzando nel mercato business, ovvero imprese e partite Iva?

«Imprese e partite Iva rappresentano insieme alle famiglie il nostro mercato di riferimento, per le quali proponiamo sempre maggiori coperture a garanzia dei rischi. Ma non vogliamo competere solamente sui prodotti, che pure sono importantissimi, perché il nostro elemento distintivo è costituito dalla profondità della relazione con persone, soci e clienti, che interagiscono con i nostri agenti. Il business è fondamentale, ma solo se accompagnato dalla consulenza professionale della nostra rete distributiva e dalla capacità di interpretare le autentiche esigenze dei nostri clienti. Siamo certi che il nostro valore identitario, cioè il riferimento statutario alla Dottrina sociale della Chiesa, tocca tutti i soggetti che fanno parte della nostra impresa: non solamente i soci, ma anche gli amministratori, i dirigenti, i collaboratori e gli agenti. Al di là dei piani industriali e dei progetti di sviluppo che si elaborano, coinvolgere l'intera compagine societaria e sociale su questa visione d'impresa è la nostra sfida più grande».

Con la sua fondazione, Cattolica Assicurazioni opera verso settori di particolare rilevanza sociale e culturale con politiche di investimento e sostegno. Avete "quantificato" il valore aggiunto di questo impatto sociale?

«Riteniamo che l'immagine e la sostanza di un'impresa come la nostra sia legata alla costruzione di un rapporto fiduciario nei confronti del cliente, ma anche alla capacità di ridistribuire ricchezza e risorse nel territorio di appartenenza. Per raggiungere questo obiettivo, dieci anni fa è nata Fondazione Cattolica Assicurazioni, che opera in ambito sociale con la logica della cultura d'impresa. La Fondazione non è mai stata e non sarà mai un semplice "erogatore" di contributi, ma un soggetto che interviene per creare opportunità di sviluppo e di lavoro, anche nell'ambito del Terzo Settore. Il nostro vero impatto sul territorio è di essere un'impresa che valorizza il concetto di eticità e di avere una fondazione etica che opera secondo i criteri della cultura d'impresa. Tali riferimenti devono essere trasmessi alle nuove generazioni attraverso iniziative culturali e soprattutto le attività di formazione. Questo è il motivo per cui abbiamo lanciato e sosteniamo fin dal 2011 il Festival della Dottrina sociale della Chiesa».

Paolo Bedoni è presidente di Cattolica Assicurazioni e della Fondazione Cattolica Assicurazioni.

Caro Collega,

chi aggiusta un poco questo

mondo rotto e corrotto

ha un posto in Paradiso.

Ecco perché l'Associazione

San Giuseppe Imprenditore

Ti chiede un aiuto economico:

abbiamo «buoni» motivi ...

www.sangiuseppeimprenditore.it

1) Per rivalutare con ogni mezzo la nostra nobile e insostituibile missione, offuscata da colleghi poco onesti.
2) Per aiutare sul piano umano e tecnico con il TA (Telefono Arancione) i colleghi che hanno perso tutto, prima che compiano gesti estremi. Imperdonabile il fatto che molti professionisti abbandonino i vecchi clienti perché insolventi.
3) Per realizzare una rete volontaria tra coloro che, con ritrovato orgoglio, amano osservare e aiutare il sociale che li circonda, consci che nella nostra faticosa opera mettiamo soldi, faccia e salute.
4) Per una nuova cultura nei rapporti tra noi imprenditori, evitando lotte concorrenziali fratricide e sciacallaggi che impoveriscono le famiglie, coltivando invece stima e rispetto reciproci.
5) Incontri, convegni, dibattiti, utilizzo dei media: utilizzeremo tutti i mezzi per diffondere il nostro invito-messaggio a una nuova e selezionata categoria di imprenditori, degni del ruolo che spetta loro nella società.

ASSOCIAZIONE SAN GIUSEPPE IMPRENDITORE

IBAN: IT97A0843051060000000961885

TEOLOGIA GIUSEPPINA

Il falegname patrono delle partite IVA

Nel guardare a san Giuseppe potremmo iniziare soffermandoci sui vari titoli che nel corso dei secoli gli sono stati attribuiti. Anche per la nostra realtà associativa è stato scoperto quello di: "san Giuseppe imprenditore". Però, non sono gli elenchi specifici a valorizzare san Giuseppe, o il soffermarci sugli aggettivi che ci aiutano a comprendere, perché la sua dignità dobbiamo innanzitutto coglierla nella realtà dell'Incarnazione, fondamento della Redenzione. San Giuseppe è stato insieme con Maria, nel "disegno" della salvezza "ministro fedele mediante l'esercizio della sua paternità", ed è stato, nella pienezza del tempo, scelto da Dio «per essere l'ordinatore della nascita del Signore … nel rispetto delle disposizioni divine e delle leggi umane» (Giovanni Paolo II, Redemptoris Custos, n. 8).

Nella sua realtà di sposo di Maria e padre di Gesù, san Giuseppe, «ha sperimentato la ministerialità della paternità umana: escluso dalla generazione a motivo dell'origine divina del Figlio, ha assunto, tuttavia gli impegni più onerosi della paternità, ossia l'"accoglienza" e l'"educazione" della prole, elementi che rientrano, insieme alla generazione, nella "natura" della paternità umana» (Stramare, San Giuseppe fatto religioso e teologia, p. 275).

Abbiamo, perciò, da imparare da san Giuseppe, secondo l'esortazione di Giovanni Paolo II: «Che san Giuseppe diventi per tutti un singolare maestro nel servire la missione salvifica di Cristo, compito che nella Chiesa spetta a tutti: agli sposi e ai genitori, a coloro che vivono del lavoro delle proprie mani o di ogni altro lavoro, alle persone chiamate alla vita contemplativa come a quelle chiamate all'apostolato» (Redemptoris Custos n. 32).

È in questa dimensione di servizio che il "fare" di san Giuseppe ispira le nostre azioni quotidiane e l'operosità sapendo che nella sua missione di essere, dopo Maria, il più vicino a Gesù, lo ha realizzato anche con il sua attività: «era un lavoratore: non uno scienziato, non un dottore della legge, non un dirigente politico, non un professionista, non un sacerdote, ma un "carpentiere". E questo non per caso, ma per volontà di Dio Padre». (san Giovanni Paolo II, Ivrea, 19 marzo 1990). Gesù viene definito dai suoi concittadini, anche se con una domanda ironica, «il figlio del falegname» (Mt 13, 55). La parola greca usata è tékton. Ma come tradurla? Come interpretarla? Per quel tempo, a quale categoria sociale si faceva riferimento? Secondo gli studiosi il temine tékton indica il falegname o il carpentiere, e non il fabbro ed è riferito a chi con il suo mestiere lavora materiale duro, che rimane tale durante la lavorazione come il legno, la pietra, il corno, l'avorio. «Tuttavia non bisogna dimenticare che il legno non serviva solo per approntare aratri o mobili vari, ma anche come

Le immagini che corredano l'articolo rappresentano opere dell'artista Franco Verri, che ha curato un ciclo di quadri dedicati alla figura di san Giuseppe, esposti presso la casa madre degli Oblati di Asti

Padre Luigi Testa osj
sacerdote degli Oblati di san Giuseppe, è l'assistente spirituale dell'Associazione San Giuseppe Imprenditore, di cui è vicepresidente nazionale. Risiede nella comunità di Casa Madre in Asti presso il Santuario di san Giuseppe.

vero e proprio materiale di costruzione edilizia: infatti oltre ai serramenti in legno, i tetti a terrazza delle case palestinesi di allora erano allestiti con travi connesse tra loro con rami, argilla, fango e terra pressati» (Ravasi, Giuseppe, il padre di Gesù, p. 59). La vita che viveva la santa Famiglia era decorosa e modesta e l'attività di san Giuseppe era legata al mercato, alle commissioni, all'incremento edilizio, alle richieste, alle tasse sia civili e sia religiose. San Giuseppe era addentro a questo mondo che i lavoratori e gli artigiani conoscono bene, perciò può essere definito "il santo delle partite Iva".
Stando accanto a Giuseppe e sotto la sua guida, Gesù, Figlio di Dio, «impara l'arte del falegname e la esercita fino a trent'anni, proponendo in se stesso "il Vangelo del lavoro". Nel corso della sua esistenza terrena, Giuseppe diviene così l'umile e laborioso riflesso di quella paternità divina che agli Apostoli verrà rivelata sul monte della Trasfigurazione» (Giovanni Paolo II, Giubileo degli artigiani, 19 marzo 200).
Trasmettendo a Gesù le sue conoscenze, competenze, esperienze di lavoro e di impresa, Giuseppe gli ha consentito di imparare onestamente un mestiere al punto che è identificato "il falegname" (tekton) (Mc 6, 3). Far crescere un figlio da parte di un padre nelle tradizioni, nella conoscenza della Thorà (la Legge), nel rispetto degli altri, fargli apprendere un mestiere, voleva dire offrirgli dignità in rapporto alla società e ambiente dove vivevano, e garantirgli il futuro. Il tempo della vita nascosta di Cristo a Nazaret ha una caratteristica essenziale: "ha imparato" a essere uomo, «ha lavorato con mani d›uomo, ha pensato con intelligenza d›uomo, ha agito con volontà d›uomo, ha amato con cuore d›uomo» (Gaudium et spes n. 22) e tutto ciò stando «sottomesso» (Luca 2, 51) e crescendo «in sapienza, età e grazia davanti a Dio e agli uomini» (Luca 2, 52) con una madre e un padre, Maria e Giuseppe. Una vita quotidiana di lavoro, nell'amore di una famiglia, per guadagnarsi da vivere stando in un ambiente prettamente rurale e in un minuscolo villaggio della Galilea meridionale, sebbene in una regione fertile. Vivevano ai margini dell'impero romano dove c'erano tra i duecento e quattrocento abitanti, un paesino ebraico di nessuna importanza, sebbene a sei chilometri da «Sepphoris, una vivace città di tremila anime, che al tempo di Erode Antipa si stava ricostruendo» (J. Martini, Gesù, un pellegrinaggio, p. 115).
Non sappiamo se Giuseppe e Gesù lavorarono anche lì, ma ciò che conta è che «Gesù, oltre al titolo davidico, indispensabile per il suo riconoscimento di Messia, riceve da Giuseppe, come ogni altro figlio, anche quella dimensione umana concreta che lo caratterizza, ossia "lo stato civile, la categoria sociale, la condizione economica, l'esperienza professionale, l'ambiente familiare, l'educazione umana" come ebbe a dire Paolo VI» (Stramare, Giuseppe lo chiamò Gesù, p. 186).
Nella "laboriosità" di Nazaret Giuseppe è maestro e Gesù apprende l'arte del carpentiere. «Il lavoro

«Il lavoro è una delle caratteristiche che distinguono l'uomo dal resto delle creature... solo l'uomo lo compie, riempiendo al tempo stesso con il lavoro la sua esistenza sulla terra. Così il lavoro porta su di sé... il segno di una persona operante in una comunità di persone; e questo segno determina la sua qualifica interiore e costituisce, in un certo senso, la stessa sua natura»

umano e, in particolare, il lavoro manuale trovano nel Vangelo un accento speciale. Insieme all'umanità del Figlio di Dio esso è stato accolto nel mistero dell'incarnazione, come anche è stato in particolare modo redento. Grazie al banco di lavoro presso il quale esercitava il suo mestiere insieme con Gesù, Giuseppe avvicinò il lavoro umano al mistero della redenzione» (Redemptoris Custos n. 22). Ed è questa vicinanza di padre e figlio che li fortifica diventando "operativi". Gesù impara da Giuseppe e Giuseppe guarda a Gesù, e la sua attività diventa "contemplativa", in comunione con il Verbo fatto carne, il figlio che gli è stato donato e che deve custodire anche nel lavoro.

Giovanni Paolo II ci aiuta a comprendere che «Il lavoro è una delle caratteristiche che distinguono l'uomo dal resto delle creature, la cui attività, connessa col mantenimento della vita, non si può chiamare lavoro; solo l'uomo ne è capace e solo l'uomo lo compie, riempiendo al tempo stesso con il lavoro la sua esistenza sulla terra. Così il lavoro porta su di sé un particolare segno dell'uomo e dell'umanità, il segno di una persona operante in una comunità di persone; e questo segno determina la sua qualifica interiore e costituisce, in un certo senso, la stessa sua natura» (Laborem Exercens, n. 1).

Ecco perché il lavoro "unge di dignità" come afferma papa Francesco, perché «Il lavoro è un elemento fondamentale per la dignità di una persona … ci rende simili a Dio che ha lavorato e lavora sempre (cf Giovanni 5, 17); dà la capacità di mantenere se stessi, la propria famiglia, di contribuire alla crescita della propria Nazione». Se allarghiamo lo sguardo sulla realtà globale, non possiamo dimenticare le «difficoltà che, in vari Paesi, incontra oggi il mondo del lavoro e dell'impresa; penso a quanti, e non solo giovani, sono disoccupati, molte volte a causa di una concezione della società, che cerca il profitto egoista, al di fuori dei parametri della giustizia sociale».

Perciò devono essere chiamati in causa «i responsabili della cosa pubblica … a fare ogni sforzo per dare nuovo slancio all'occupazione» (papa Francesco, udienza generale, 1 maggio 2013).

Certamente anche san Giuseppe si sarà trovato in momenti difficili, perciò può essere di esempio per la sua tenacia e soprattutto per la sua incrollabile fiducia nel Signore, come uomo giusto e forte, ma anche pieno di tenerezza. Ecco perché la Chiesa lo invoca come patrono dei lavoratori e ne celebra una particolare ricordo, il 1° maggio.

La missione educativa di san Giuseppe richiede impegno, fatica, ma nello stesso tempo conosce anche soddisfazioni. Pur nelle difficoltà di ogni giorno sono insieme, datore di lavoro e operaio, perciò possiamo invocare san Giuseppe, non solo come protettore dei lavoratori, ma anche degli imprenditori. Certamente sarà stato stimato

perché persona onesta e di qualità, ma probabilmente avrà dovuto anche mettersi alla ricerca di lavoro, organizzare l'attività quotidiana, prendere delle decisioni, insegnare come si utilizzava un attrezzo, e in qualche modo assumersi delle responsabilità da "imprenditore".

Poter lavorare, e offrire occupazione in modo onesto è una missione, e significa avere e offrire dignità. È quanto afferma papa Francesco nella Evangelii Gaudium: «La vocazione di un imprenditore è un nobile lavoro, sempre che si lasci interrogare da un significato più ampio della vita: questo gli permette di servire veramente il bene comune, con il suo sforzo di moltiplicare e rendere più accessibili per tutti i beni di questo mondo» (EG n. 203). In questa dimensione di "un bene più grande", è stato coinvolto anche san Giuseppe come "amministratore". Ma per noi oggi è necessario promuovere, come afferma papa Francesco nella Laudato sì, «un'economia che favorisca la diversificazione produttiva e la creatività imprenditoriale». Perciò «Le autorità hanno il diritto e la responsabilità di adottare misure di chiaro e fermo appoggio ai piccoli produttori e alla diversificazione della produzione. Perché vi sia una libertà economica della quale tutti effettivamente beneficino, a volte può essere necessario porre limiti a coloro che detengono più grandi risorse e potere finanziario. La semplice proclamazione della libertà economica, quando però le condizioni reali impediscono che molti possano accedervi realmente, e quando si riduce l'accesso al lavoro, diventa un discorso contraddittorio che disonora la politica. L'attività imprenditoriale, che è una nobile vocazione orientata a produrre ricchezza e a migliorare il mondo per tutti, può essere un modo molto fecondo per promuovere la regione in cui colloca le sue attività, soprattutto se comprende che la creazione di posti di lavoro è parte imprescindibile del suo servizio al bene comune» (LS n. 129)

San Giuseppe, l'uomo giusto, il saggio capofamiglia, che ha dovuto e saputo muoversi anche nella notte e nelle difficoltà, non è stato il detentore di un potere, ma ha saputo fare con dedizione tutto quello che serviva per la sua santa famiglia, per il suo villaggio e anche per l'attività che doveva svolgere per il bene dei suoi. Ha dovuto difendere la sua sposa e il figlio sfuggendo al tiranno, agendo sempre con giustizia e onestà. Certamente possiamo imparare da lui a gestire le situazioni con piena fiducia nel Signore, per fare la sua volontà cercando il bene, non solo il proprio tornaconto. Come amministratore fedele e saggio che il Signore ha posto a capo della sua casa, san Giuseppe continui a proteggere lavoratori e datori di lavoro, famiglie e comunità. Andiamo da lui per imparare l'arte del custodire.

ONTOLOGIA IMPRENDITORIALE

Appunti sull'altra **impresa**

Nel corso di oltre quarant'anni – e soprattutto dopo la caduta del muro di Berlino, di cui quest'anno ricorre il ventesimo anniversario - il realismo del capitalismo liberista, presumendo di aver vinto sull'ideologia marxista-collettivista, ha imposto con successo una specie di ontologia imprenditoriale per la quale è normale pensare e gestire l'impresa avendo di vista il dogma del profitto ad ogni costo. Ciò è suggerito da un contesto socio-culturale dominato dal pensiero estremo in economia, facilmente identificabile nelle tre parole: persona, impresa, valore. Queste tre parole costituiscono il perno forte su cui si è fondata la cultura economica mainstream. Da qualche tempo a questa parte, cominciamo a prenderne le distanze, ma ci troviamo ancora in mezzo al guado tra il vecchio paradigma classico e quello nuovo che, con affanno, ne propone da più versanti ideali il superamento.

La prima parola riduzionista riguarda la persona, identificata con l'homo oeconomicus; ovvero un modello economico costruito sull'assunto che l'utilità/felicità/bene della persona dipenda unicamente dalla crescita della propria ricchezza e dal godimento di tutti i beni e servizi disponibili. Che quest'idea, aggravata da pratica economica priva di riferimenti etici, sarebbe sprofondata in una crisi socialmente dannosa, l'aveva già intuito David Hume nel suo famoso aforisma del 1740: "Il tuo grano è maturo, oggi, il mio lo sarà domani. Sarebbe utile per entrambi se oggi io lavorassi per te e tu domani dessi una mano a me. Ma io non provo nessun particolare sentimento di benevolenza nei tuoi confronti e so che neppure tu lo provi per me. Perciò io oggi non lavorerò per te perché non ho alcuna garanzia che domani tu mostrerai gratitudine nei miei confronti. Così ti lascio lavorare da solo oggi e tu ti comporterai allo stesso modo domani. Ma il maltempo sopravviene e così entrambi finiamo per perdere i nostri raccolti per mancanza di fiducia reciproca e di una garanzia" (Trattato sulla natura umana, Mondadori, Milano 2008, lib. III).

Il dilemma sociale che pone l'aforisma è l'ingrediente base dell'errore del liberismo, dove domina ancora molto l'egoismo imprenditoriale, incapace di saper dare e ricevere fiducia; di separare nettamente il pubblico dal privato; di considerare il perno dell'economia il mercato, inteso come ordinatore esclusivo del privato, quando invece è nato dalla collaborazione tra istituzioni pubbliche e private. Ne fa fede l'agenda visiva rappresentata dal celebre affresco di Ambrogio Lorenzetti, che nella sua "Allegoria del buon governo" (1338-39), esposta nel Palazzo Pubblico di Siena, rende tangibile gli effetti del buon governo e della buona economia contro l'avarizia (cupiditas), che è la causa di tutto quello che non consente lo sviluppo armonioso della civitas. San Bernardino da Siena (1380-1444) nelle prediche al popolo senese nella Quaresima del 1427, per essere concreto nell'affrontare i temi di natura politica, economica, imprenditoriale e sociale, invita i suoi concittadini ad andare a vedere l'affresco del Lorenzetti. Leggendo complessivamente lo scenario del dipinto, al centro si trova il Comune, guidato dalle sovrastanti virtù teologali (fede, speranza e carità), attraverso le quali i governanti attingono direttamente alla Sapienza divina. Gli effetti del buon governo politico-sociale si riscontrano nella vita civica,

Oreste Bazzichi
è docente di sociologia economica alla Pontificia Facoltà Teologica S. Bonaventura - Seraphicum (Roma), collabora a diversi periodici ed è membro della redazione della rivista della Fondazione Giuseppe Toniolo «La Società». Tra le sue pubblicazioni: Alle radici del capitalismo. Medioevo e scienza economica (2003); Dall'usura al giusto profitto. L'etica economica della Scuola francescana (2008); Dall'economia civile francescana all'economia capitalistica moderna (2015).

amministrata dalla pratica armoniosa delle virtù cardinali (prudenza, giustizia, fortezza, temperanza, magnanimità), che attingono linfa dalla virtù della concordia, a sua volta discendente dalla giustizia umana in tutte le sue forme (commutativa, distributiva e sociale). Dalla concordia prende il via una processione di cittadini di diverse condizioni professionali (rese evidenti dalle diverse tipologie di abbigliamento e attrezzi di lavoro): artigiani, imprenditori, professionisti, nobili, soldati, funzionari pubblici colti nelle varie attività); l'insieme è inserito in un contesto di ecologia integrale (ambientale, economico-sostenibile, sociale, culturale e della vita quotidiana).

Adesso c'è il rischio che la speculazione internazionale finanziaria continui a portar via quel poco che è rimasto, insieme al nostro debole sistema bancario.

La seconda parola riduzionista riguarda l'impresa, che nella stragrande maggioranza dei libri di testo viene ancora modellata come massimizzatrice di profitto, subordinando gerarchicamente le istanze dei diversi portatori d'interesse (lavoratori in primis ma anche consumatori, fornitori, comunità locali) a quelle personali e degli azionisti.

Il terzo riduzionismo riguarda la concezione del valore identificato nel Pil, ovvero nel flusso di beni e servizi venduti e contabilizzati in un certo territorio, dove sussistono molte cose, che contribuiscono negativamente al nostro benessere e viene, invece, trascurato il valore economico del non profit.

Provate a chiudere gli occhi e pensate a come vorreste che fosse il nostro vivere quotidiano. E' da troppo tempo che ci siamo abituati al declino, al peggio. Nel suo ultimo libro Retrotopia (Laterza, Bari-Roma 2017), Zygmunt Bauman analizza la tendenza assai diffusa che, di fronte all'aumento dell'incertezza sul futuro ed all'insostenibilità dell'attuale modello di sviluppo, si sogni il ritorno all'antico, ad un'epoca che certamente non potrà tornare né ripetersi, annullando il progresso raggiunto, ma da cui è possibile attingere risposte nel convertire l'attuale processo di produzione, di consumo e di organizzazione della società in un modello di sviluppo socio-economico sostenibile per evitare il collasso prossimo venturo e riappropriarsi del futuro.

Negli ultimi anni abbiamo perso a prezzi di saldo parte del nostro storico tessuto industriale: Bertolli, Carapelli, Buitoni, Galbani, Parmalat, Perugina, Peroni, Brunello di Montalcino, Loro Piana, Pernigotti, Bulgari, Fendi, Pucci, Valentino, Versace, Krizia, Puma, Borsalino, Pininfarina, Piaggio, Saeco e centinaia di molte altre imprese. Adesso c'è il rischio che la speculazione internazionale finanziaria continui a portar via quel poco che è rimasto, insieme al nostro debole sistema bancario. Il vulnus è rappresentato dalla distruzione dell'economia reale a vantaggio di quella finanziaria, introdotto dalle politiche neoliberiste europee e internazionali.

Il leader d'impresa affronta quotidianamente un mondo caratterizzato da una complicata pluralità di decisioni e di fattori di rischio, sbarrando la strada, talvolta, alla stessa creatività imprenditoriale. Ma occorre tener presente che la crisi in atto non è, come si può pensare, di natura dialettica, come

lo fu la rivoluzione americana o francese o russa, al cui interno esistevano già i germi o le forze del superamento, ma entropica, che ha perso, cioè, il senso dell'orientamento, e quindi destinata al collasso. La caduta dell'Impero Romano fu una crisi di natura entropica, ma fu il carisma di san Benedetto ad indicare la direzione per uscirne. Il suo ora et labora segnò una forte discontinuità con il passato. Il lavoro, da secoli considerato attività tipica degli schiavi, diviene la via maestra della dignità e della libertà. Un altro esempio di crisi entropica fu nel XIII secolo con la fine del feudalesimo, e fu il carisma di san Francesco a ridare la svolta e il senso, elevando il lavoro a preghiera, tenendo insieme oratores, predicatores e laboratores e dando, attraverso la creazione di un lessico socio-economico per il bene comune (produttività del capitale, prestito, interesse, credito, damnum emergens e lucrum cessant, periculum sortis, giusto prezzo, ecc.), una forte accelerazione ai fondamentali dell'economia di mercato, che conservano ancora oggi, nell'epoca della globalizzazione, tutta la loro validità. Certamente intorno al mondo dell'impresa ruota ancora una cultura antindustriale e della diffidenza, ma i mali del sistema economico attuale non possono essere risolti unicamente dalle imprese: anche se tutte le aziende adottassero una cultura a favore del bene comune, dovrebbero pur sempre lottare per la propria sopravvivenza e crescita. Perché il liberismo ha fatto un errore: quello di aver separato nettamente il pubblico dal privato, o meglio Stato e istituzioni pubbliche dal mercato, senza considerare che il perno dell'economia è il mercato, che, in quanto tale, è il contenitore del pubblico e del privato e quindi richiede la collaborazione di entrambi per progettare il futuro non solo di una nazione, ma anche del mondo. Già l'Agenda del Lorenzetti del 1338 era proiettata in questo senso e i 17 punti di quella dell'ONU, proiettata al 2030, collima con questa progettualità. Che fare? Per l'imprenditore è tempo del coraggio e di ripartire, rinnovandosi, dai fondamentali. Il coraggio di pensare cose nuove, di tentare strade diverse, leggendo il passato e il presente per avere la capacità di interpretare il futuro. Perché lo sviluppo dell'impresa, e quindi dell'economia, non è mai garantito da forze automatiche e impersonali, ma da imprenditori retti che vivono fortemente nelle loro coscienze l'appello della loro vocazione di contributori del bene comune (Laudato sì, n.129).

Per l'imprenditore è tempo del coraggio e di ripartire, rinnovandosi, dai fondamentali. Il coraggio di pensare cose nuove, di tentare strade diverse, leggendo il passato e il presente per avere la capacità di interpretare il futuro.

PRINCIPI DI ECONOMIA

Nel **bilancio** le tracce del comportamento **etico**

Sandro Feole
si definisce economista d'impresa, si occupa di gestione aziendale all'interno di 12 realtà aziendali dove ricopre il ruolo di amministratore, è titolare di uno studio che accompagna centinaia di piccoli e medi imprenditori alla conduzione ottimizzata del percorso economico, finanziario e tributario.

Negli ultimi anni la parola "etica" ha acquisito con la parola "sostenibilità" un certo charme e nel sistema di informazione comandato dalle parole chiave "SEO Google", si può facilmente immaginare che il pagamento può essere il facile mezzo per scalare le posizioni dei preferiti o dei più considerati nel mondo della rete. Nella storia del bilancio sociale, si sono registrati fatti eclatanti: Parmalat ed Enron, ma anche banche locali e internazionali, alla luce di clamorosi crack hanno contraddetto nei fatti ciò che poco prima avevano pubblicato in tema di bilancio sociale.

In materia di bilancio sociale le regole sono vacue: ogni azienda ha la possibilità di costruire una sorta di appendice al proprio bilancio in assoluta libertà e ciò spesso diventa un sistema di pubblicità indiretta autoreferenziale.

Questa bulimia informativa è controbilanciata dalla disinformazione indotta dall'umile e composto operare di imprese e imprenditori, che preferiscono concentrarsi sul fare quotidiano, nel solco di stili e sensibilità che hanno fatto diventare conveniente economicamente e socialmente la loro tendenza a occuparsi delle difficoltà altrui, al punto di aver contaminato tutte le persone che girano intorno al loro mondo impresa. L'inconsapevolezza del valore che queste informazioni possono offrire in termini di speranza e di sollecitazione imitativa induce a trovare una via informativa rispettosa, ma necessaria, per generare la rete delle buone pratiche.

Mai come in questa fase storica, il ruolo delle imprese si sta rivelando fondamentale per la tenuta di tutto il sistema economico e sociale. Imprese che finanziano banche, imprese che si occupano di risolvere problemi sociali, imprese che influenzano con la loro potenza comunicativa, abitudini e consumi per orientarli alla sostenibilità. La differenza è fatta da ciò che c'è dentro l'animo degli imprenditori e delle persone che compongono le imprese. I valori sociali positivi, l'attenzione alle debolezze, la sensibilità a tematiche sociali, sono qualcosa di molto personale che solo con un'attenta ricerca si può scoprire e comunicare.

Se la ricerca assume poi anche il compito di provare a generare un metodo valutativo esterno ed indipendente, allora si può ritenere di aver trovato una modalità, non certo l'unica, per poter esprimere un giudizio di valore di ciò che è il sistema impresa complessivamente inteso. Nella pratica manageriale e di gestione aziendale, gli indici o ratios sono in uso per misurare nel bene o nel male gli interessi dell'impresa, raramente per identificare "il rispetto degli altri".

La convinzione dell'Associazione San Giuseppe Imprenditore è che in un mondo complesso e nella babele informativa, è molto meglio ricercare i casi più significativi di "impresa sociale" che affidarsi al dettato normativo o all'espressione di documenti che spesso non sono espressione dell'anima dell'impresa. Il ruolo sociale dell'impresa assolve al compito più elevato dell'imprendere, perché impiega il profitto per la soddisfazione dei bisogni sociali, il bene comune, rendendo possibile generare la circolarità del sistema (alleviare le sofferenze rende possibile edificare la dignità delle persone, quindi la loro capacità di essere attori del sistema anziché vittime).

La ricerca è stata effettuata cercando di scoprire realtà che sui territori hanno radicato una lenta ma inesorabile attività di incremento del bene sociale,

che ha poi avuto il ritorno automatico e virtuoso, fatto di fedeltà alla causa comune, condivisione attiva nei momenti di difficoltà, legame affettivo al benessere aziendale. La rete di solidarietà ha i suoi canali di informazione privilegiata, fatti di un passaparola positivo e sincero, affidabile perché basato sul presupposto che sul bene comune autentico nessuno osa scherzare.
Gli Ethics Social Index – studiati e utilizzati per valutare le imprese candidate al Premio "Impresa Etica" - vogliono essere un sistema che misura alcuni (si ritiene i più importanti) elementi che possono caratterizzare l'impatto sociale sistemico che l'azienda esprime attraverso i suoi dati di bilancio. Si tratta di sei indici (vedi box a lato) che possono essere applicati a ogni bilancio aziendale con accorgimenti che possono neutralizzare effetti distorsivi di appartenenza a settori e/o dimensioni differenti, in una logica di comparabilità.
Questo percorso consente la raccolta delle storie e delle attività di chi ha messo e continua a mettere davanti al proprio movimento imprenditoriale, l'esigenza sociale, e può concretamente costituire la comunità delle pratiche aziendali sensibili. Le storie ispirano idee e possono contribuire a edificare un modello imprenditoriale dove la solidarietà e la sensibilità sociale possono far sentire ogni singolo componente dell'impresa, un protagonista assoluto di un'attività che appena dopo aver assolto al suo dovere di sostenibilità economica, guarda avanti per amplificare e moltiplicare gli effetti positivi che ha generato, con una semina che non presuppone un immediato raccolto ma che riesce a creare le fondamenta per un sistema socio economico circolare davvero sostenibile.

Ethics social index: il vero bilancio sociale

1. *Indice di intensive work = misura il grado di incidenza dei costi dei lavoratori diretti rispetto ai costi totali di costi del lavoro e servizi. Per alcune aziende la tentazione di terziarizzare è stata vinta dalla volontà di sviluppare internamente alcune attività per costruire un sistema strategico più strutturato e controllato.*

2. *Indice di stress finanziario sui fornitori = misura il grado di appoggio finanziario che i fornitori subiscono rispetto ai debiti totali. Per alcune aziende la tentazione di utilizzare la propria posizione dominante, è stata vinta dalla volontà di dare ai fornitori la liquidità necessaria per poter sostenere a loro volta le loro realtà aziendali.*

3. *Indice di stress finanziario sul TFR dipendenti = misura il grado di appoggio finanziario che il TFR subisce rispetto ai debiti totali. Il TFR è da sempre una fonte di finanziamento indiretto per le imprese, le più attente gradualmente rinunciano a questa risorsa facendo arrivare la relativa fonte finanziaria nelle tasche dei lavoratori o in fondi che gli stessi hanno indicato a prescindere dalle prescrizioni normative in materia.*

4. *Indice del contributo sociale = misura la percentuale che i versamenti totali di contributi sociali e imposte dirette rappresentano rispetto al fatturato. Il contributo sociale più generico per un'impresa è proprio dato dalla quantità di denaro che la stessa versa allo Stato con le diverse sue rappresentanze (Inps, Erario, etc).*

5. *Indice reinvestimento utili = misura la consistenza della rinuncia alla distribuzione degli utili rispetto ai debiti totali. La rinuncia al prelevamento degli utili è una scelta significativa che spesso da chiara evidenza della prevalenza dell'interesse per l'azienda rispetto all'interesse personale degli imprenditori o soci.*

6. *Indice di contributo sociale diretto sugli utili = misura la percentuale di utili che l'azienda ha destinato alle attività sociali dirette (donazioni, beneficenze, attività di investimento per fini prettamente sociali). La quantità di risorse (denaro e servizi) offerti alla causa sociale, è rispetto agli utili dell'azienda, la manifestazione più concreta e diretta della sensibilità sociale dell'azienda.*

Pianificazione finanziaria secondo Luca

Sandro Grespan

ha avviato la sua carriera professionale e imprenditoriale sin dagli anni Settanta, con esperienze in Italia e all'estero. Dal 1996 è stato amministratore delegato di Grecav per la produzione di vetturette senza patente, azienda dichiarata prima fallita nel 2012 e poi, a seguito dell'annullamento della dichiarazione di fallimento per opera della Corte di Appello del Tribunale di Brescia, messa in liquidazione. Oggi svolge attività di consulenza internazionale per conto di società cinesi che stanno investendo in M&A in Italia, tra cui nella vecchia società di famiglia per suo rilancio internazionale. Già presidente Ucid Mantova, impegnato con un teologo morale, mons. Pompeo Piva per un'analisi teologica dei valori d'impresa, è oggi membro del comitato scientifico di Ucid nazionale.

«Chi di voi, volendo costruire una torre, non si siede prima a calcolarne la spesa, se ha i mezzi per portarla a compimento. Per evitare che, se getta le fondamenta e non può finire il lavoro, tutti coloro che vedono cominciano a deriderlo dicendo: costui ha iniziato a costruire ma non è stato capace di finire il lavoro» (Lc. 14,28-30). E' piuttosto evidente che le poche righe citate dal Vangelo di Luca altro non sono che un forte e chiaro suggerimento di "pianificazione finanziaria" rivolto a tutti coloro che si accingono a fare impresa. Ebbene, se l'evangelista Luca cita le parole di Gesù su argomenti di operatività quotidiana per un imprenditore, allora sorge spontanea la domanda: perché noi, che frequentiamo la Santa Messa tutte le domeniche e leggiamo puntualmente le letture del giorno, non abbiamo compreso in tempo questo semplice "suggerimento" che viene non da un professore universitario di una qualsiasi scuola di business administration, ma direttamente dal Nostro Signore? Perché?

Ora, dopo aver causato catastrofi finanziarie, dopo essere stati ridicolizzati dalla comunità, ci accorgiamo che nel nostro percorso di cristiani ci sono stati e ci saranno sempre preziosissimi altri "suggerimenti", ma dobbiamo prima di tutto ammettere che non abbiamo avuto semplicemente fede nelle parole evangeliche. Oppure che siamo talmente lontani dall'accettare di vivere la fede in modo semplice, che cerchiamo solo e sempre letture ad alto contenuto teologico/spirituale. Forse anche la semplice lettura e interpretazione "laica" di un brano come quello citato in Luca potrebbe essere tacciata di fondamentalismo , come spesso accade ogni volta che qualcuno cerca di vedere qualcosa di nuovo nelle parole di Gesù. Dove la parola "nuovo" non è casuale. Il Vangelo è, per definizione di fede, sempre nuovo, sempre vivo. E' sempre "una buona novella"... anche per chi fa impresa.

Perché allora chi ha subito un tracollo aziendale, che di solito si conclude in una procedura fallimentare, non ha dato ascolto a quel brano di Luca? Perché, forse, nella odierna società industriale il capitale vero non proviene dal "capitalista" in senso stretto ma da terzi, come le banche, e quindi quello stesso capitalista è meno "responsabile" (too big to fail, dicono gli anglosassoni). Forse perché si pensa sempre di personalizzare a proprio vantaggio la Provvidenza? O forse invece quel capitalista, quella persona, pur leggendo il brano di Luca, è in effetti troppo superba, ostinata, presuntuosa, vanitosa e cocciuta, con fede solo nei propri pensieri? E non accetta il confronto?

Però, nel Vangelo di Marco (2, 13-17), è indicata una via d'uscita, una salvezza. Gesù viene a cena da noi peccatori. Dichiara chiaramente che sono i malati che hanno bisogno del medico e non i sani e quindi delega a promuovere la sua Parola a un esattore delle tasse. Non solo ci accompagna nelle nostre vicende ma ci delega, ci incoraggia a non mollare, a rialzarci una volta pentiti. Addirittura nella lettera agli Ebrei (2, 14-18) leggiamo che "...infatti proprio noi , per essere stati messi alla prova...siamo in grado di venire in aiuto degli altri".

La missione è chiara, gli obbiettivi anche. Chi ha peccato e si è convertito, ha avuto in se' la forza di rialzarsi e quindi deve impegnarsi per aiutare,

come può, chi invece è rimasto solo e vive in quel pericolosissimo momento che tutti noi abbiamo vissuto di solitudine, di paura e di freddo. Questa è la carità cristiana che spetta a un imprenditore che vuole definirsi cristiano, e quindi diventare un cristiano imprenditore.
Per molti di noi è sicuramente un momento che potremmo definire quaresimale e che deve portarci alla comprensione delle nostre manchevolezze , a portarci all'umiltà con molta cenere in testa. Fare tutto ciò, restando da soli, è piuttosto difficile. Abbiamo bisogno di una qualificata assistenza spirituale.
Da soli difficilmente ne usciamo. Il tema della gestione di impresa è troppo complesso , riguarda e coinvolge quel senso di giustizia che deve venire prima di tutto , prima di iniziare a investire nel capitale aziendale. Infatti San Giovanni Paolo II scriveva nel 1991, in occasione della presentazione della Centesimus Annus: «...Voi non cercate le cose facili nel portare una versione cristiana sulle vostre funzioni di dirigenti d'impresa. Dovete conciliare delle esigenze che molti stimerebbero quasi contraddittorie: quelle che nascono dalle regole e dagli obblighi della vita economica, dure e persino implacabili, quelle che derivano dallo sviluppo tecnologico sempre più costoso ed evolutivo, e quelle proclamate dalla coscienza umana e cristiana, quelle regole morali essenziali per la vostra dignità di creature fatte a immagine stessa di Dio». Pertanto si può tranquillamente concludere con un segno di speranza per tutti coloro che hanno sofferto ingiustizie causate da invidia, gelosia, furti e maldicenze varie, rileggendo le parole di Gesù nel Vangelo di Luca (22, 28-29): «Voi siete quelli che avete perseverato con me nelle mie prove; e io preparo per voi un regno, come il Padre l'ha preparato per me...».

QUALCHE UTILE DOMANDA PER L'IMPRENDITORE CRISTIANO (E NON SOLO)

1) **Quanto l'imprenditore si sopravaluta/sottovaluta o è sopravalutato/sottovalutato dal sistema e dalla società? Quanto cioè la sua "mission" lo corrompa nel vedere in faccia la realtà sociale che lo circonda? O quanto lo acciechi in un fondamentalismo ostinato?**

2) **Quanto l'imprenditore è capace di amministrare i propri progetti sia nel breve sia nel medio periodo?**

3) **Quanto l'imprenditore sa discernere le diverse "verità" che lo circondano con pareri discordanti? Quanto è condizionato dalla tendenza diffusa al "non ascolto"? Per lui esiste e ha senso l'invito del Signore "Ascolta Israele..."?**

4) **Qual è la sua consapevolezza della vita aziendale parallela: i dipendenti, i fornitori e i clienti, ovvero le persone che interagiscono con la vita aziendale esprimendo proprie volontà?**

5) **Qual è la sua conapevolezza delle tecniche di bilancio, della giustizia che risiede all'interno di ciascuna voce che deve "bilanciare " per forza, per tradizione, per tecnica, per ragioni fiscali, per ragioni patrimoniali eccetera? In sostanza, è consapevole di ciò che serve per poter rispettare gli impegni che la sua idea di business si è presa nel momento della formazione dell'impresa?**

PROFILI

L'identikit di un imprenditore etico

Lino Rosetti
è consigliere dell'Associazione San Giuseppe Imprenditore. Laureato in ingegneria navale, già dirigente di cantieri navali, l ibero professionista e imprenditore, ora in pensione, si occupa di promozione di attività culturali come presidente dell'associazione culturale no profit Marche Centro D'Arte (www.marchecentrodarte.it). Ha 67 anni, spesi a correre in giro per il mondo a conoscere quanto gli è stato possibile.

Essere imprenditore oggi è certamente diverso rispetto al tempo in cui gli effetti della "rivoluzione" in atto non avevano ancora iniziato a farsi sentire nelle cose di tutti i giorni. Gli effetti sono sotto gli occhi di tutti e descriverli è certamente un esercizio soggettivo, legato inevitabilmente al proprio punto di vista. Pertanto, qui di seguito, una breve contestualizzazione, necessaria per affrontare il tema, e per la quale userò un'immagine che descrive ciò che a me appare. Mi è capitato di leggere che ormai da tempo la dialettica sociale non si sviluppa più su di un asse orizzontale, dove si stava a destra o a sinistra e si confrontavano persone più libere, più uguali e solidali tra loro. Oggi il confronto si realizza lungo un asse verticale dove si sta sopra o sotto, fra persone sempre meno libere, meno uguali e meno solidali tra loro. Bene, ora possiamo affrontare il tema.

Il recupero, dove smarrita, e l'introduzione, dove non c'è mai stata, della pratica dell'etica è certamente una imprescindibile necessità per far fronte alla progressiva perdita di senso etico nell'attività d'impresa.

Un imprenditore etico, prima di ogni altra cosa, non è colui che partecipa, in modo attivo, a costruire le condizioni per lo sviluppo e il consolidamento della verticalizzazione dei rapporti sociali di cui sopra. Fatta questa preliminare chiarezza, proverò qui di seguito a descrivere quali attitudini e caratteristiche non dovrebbero mancare a un imprenditore etico dei giorni nostri.

Il genio, la visione, la leadership, il senso della missione per sé e per gli altri, sono caratteristiche e attitudini imprescindibili per assumersi la responsabilità di dar vita a una impresa che coinvolgerà e impatterà sulla vita di tutti coloro con i quali verrà a contatto, a cominciare da chi la fa nascere fino ai suoi collaboratori interni ed esterni, ai suoi fornitori e alle famiglie di tutti loro. Non può mancare la consapevolezza che l'impresa è sì un "fatto" privato, frutto del genio di chi l'ha fatta nascere, ma è anche e soprattutto un "fatto" pubblico da cui derivano obblighi e responsabilità verso gli altri.

Da qui ne discende una funzione sociale di sussidiarietà, rispetto alle funzioni proprie del settore pubblico, nei confronti di chi viene "a contatto" con l'impresa. Quindi l'imprenditore etico è, fra le altre cose, custode del bene/azienda che è privato e pubblico allo stesso tempo.

Il recupero, dove smarrita, e l'introduzione, dove non c'è mai stata, della pratica dell'etica è certamente una imprescindibile necessità per far fronte alla progressiva perdita di senso etico nell'attività d'impresa.

Il senso della famiglia è un aspetto importantissimo di cui deve essere dotato un imprenditore etico. Infatti, il senso della famiglia è quella cosa che aiuta, insieme ad altre, a definire le priorità nella scala dei valori che guidano le scelte di ogni persona. Il senso della famiglia ci induce a considerare prioritariamente il bene delle persone che ci vivono accanto e, per un imprenditore etico, i propri collaboratori rientrano

nella categoria famiglia. Da qui nasce e si fonda la vera leadership, la capacità riconosciuta di condurre l'impresa per il proprio successo e quello di tutti coloro che vi partecipano.
La spiritualità come forza interiore, cemento delle proprie convinzioni, campo energetico che protegge. È questo un aspetto difficile da descrivere. Si manifesta nei gesti, nelle parole, nel tratto con gli altri, serio e rispettoso, nell'umiltà praticata come stile di vita, nella passione per le proprie cose, nel rispetto di sé e degli altri, nella generosità.
Questa componente è fondamentale che ci sia e sia ben sviluppata e consapevole di sé, perché è e sarà sempre l'ancora di sicurezza contro le vicissitudini nella vita e nella vita dell'impresa. Consente di dare il giusto valore alle cose e aiuta a far fronte alle avversità e a non farsi sopraffare.
Il riconoscere al territorio che è parte integrante dell'impresa, che da esso viene la legittimazione morale ad operare, e che, come in un cerchio, qui tutto nasce e qui tutto torna, in un gioco di dare e avere. Poi, quando coincidono il territorio da cui l'imprenditore proviene e dove ha le radici personali e il territorio in cui opera l'impresa, si crea un forte impasto di responsabilità e di opportunità per massimizzare la funzione sociale dell'impresa. La consapevolezza e la pratica coerente da parte dell'imprenditore delle attitudini sopra descritte, fanno di lui un imprenditore etico e mettono nelle sue mani la possibilità di contribuire a contrastare la perdita di libertà, l'aumento delle disuguaglianze e di favorire la solidarietà fra le persone.

Nell'antico borgo medievale di Monsampolo del Tronto (Ascoli Piceno), oggetto di un importante recupero architettonico, opera l'associazione culturale Marche Centro d'Arte per la promozione dell'attività artistica contemporanea italiana e internazionale.

ETICA ED ESTETICA

Segni e simboli per una buona *imprenditoria*

Vittorio Pranzini
pedagogista, è stato direttore del carcere minorile "C. Beccaria" di Milano, dirigente del settore Pubblica Istruzione e Formazione Professionale del Comune di Ravenna e presidente del MAR (Museo d'Arte di Ravenna). Già dirigente nazionale dell'Agesci, è presidente del Centro studi ed esperienze scout Baden-Powell di Firenze e direttore della rivista "Esperienze e Progetti". Ha pubblicato diversi libri tra cui Giovani in carcere, Pedagogia scout, Dizionario scout, Simbolismo scout, Mirabilia e Visibilia, Guide per le scuole alla città di Ravenna.

L'Associazione san Giuseppe Imprenditore ha due distintivi che la identificano graficamente: uno creato al momento della fondazione, l'altro più di recente con forme geometriche, oggetti, parole e parti colorate che possiedono precisi significati simbolici. Ma cosè un simbolo? La parola origina dal greco e giunge a noi attraverso il latino *symbolun* , che ha il significato di mettere insieme due parti distinte. Secondo una nota definizione di C. G. Jung, una parola o un'immagine sono simboliche quando contengono più di quanto vi si può scorgere a prima vista, oppure, secondo il dizionario Devoto - Oli, il simbolo è un segno che richiama immediatamente una realtà importante ma nascosta e solo approssimativamente definibile. Si tratta, quindi, di acquisire la capacità di saper vedere al di là delle cose e interpretare il simbolo che porta dentro di sé il segno e il seme di un'altra realtà.

Dopo questa breve premessa, vediamo il primo distintivo dell'associazione, che contiene: all'interno di un quadrato, un cerchio, una ruota e un'ancora, su uno sfondo metà bianco e metà giallo. Il quadrato, emblema della terra, è in contrapposizione al cerchio, simbolo del cielo, al cui interno si trovano due cerchi, concentrici, che contengono lungo la conferenza alcune parole identificative dell'associazione. Il cerchio è uno dei simboli più comuni in tutte le civiltà e, in quanto riconduce a se stesso, viene considerato simbolo di unità e di perfezione; come linea infinita è anche simbolo del tempo, dell'infinito e della protezione contro gli spiriti cattivi, con la stessa funzione protettiva della cintura.

La figura del cerchio è strettamente collegata a quella della ruota che troviamo all'interno nel nostro distintivo; anch'essa è elemento di grande rilevanza nella storia della civiltà, dove compare come simbolo solare, del divenire e del morire e del movimento in genere. I raggi gli conferiscono il valore simbolico del girare e, in tal modo, della circolazione, del divenire e del trapassare. Può essere anche un simbolo dell'intero cosmo, con riferimento ai suoi continui cicli di rinnovamento. Compare anche sulle pietre tombali paleocristiane come simbolo di Dio e dell'eternità e anche nei rosoni che si trovano nelle facciate delle cattedrali medievali ,con l'immagine di Cristo al centro: simbolo del ruolo determinante del Salvatore nello scorrere della vita.

All'interno di questo distintivo troviamo anche l'ancora, poiché nella tempesta è l'unico appiglio di cui dispone la nave, permette stabilità e sicurezza e rappresenta simbolicamente la fede e la speranza. Nell'ambito del simbolismo cristiano è un emblema della perseveranza e della fedeltà usata anche, nella chiesa primitiva, come simbolo segreto della croce, grazie all'aggiunta di un braccio trasversale. Infine alcune osservazioni sui due colori che fanno da sfondo, il bianco e il giallo: il bianco, colore della luce, e della perfezione possiede il valore simbolico della purezza e della verità mentre il colore giallo è assimilato al significato simbolico dell'oro, della luce e del sole, simbolo talvolta di eternità e trasfigurazione.

Prima di passare all'analisi del secondo distintivo desidero proporre alcuni aspetti iconografici relativi alla figura di San Giuseppe, santo protettore dell'associazione, con particolare riferimento ad alcune delle prime immagini devozionali nelle quali

viene rappresentato con i suoi attributi: gli attrezzi da falegname, il bastone fiorito, il giglio e Gesù Bambino in braccio. Le immagini a cui faccio riferimento appartengono alla produzione più antica e la prima proposta (figura 1) è una piccola xilografia (mm. 70X75) che si trova in una delle prime edizioni a stampa, illustrate, del 1492, della Legenda Aurea, famosa raccolta di vite e leggende dei santi , composta da Jacopo da Varazze sulla metà del secolo XIII. Questo libro costituì per molti secoli il repertorio narrativo cui fecero riferimento nel campo dell'arte, oltre agli uomini di teatro, anche pittori, scultori, incisori e artigiani.
Questa xilografia, che si può considerare come una delle prime immagini a stampa di san Giuseppe, lo ritrae all'interno di una falegnameria, nella quale si trovano assi di legno, vari attrezzi da lavoro e trucioli per terra, mentre lavora con Gesù Bambino, immagine che fu ripresa nei secoli successivi.
Le altre sono due incisioni a bulino (figure 2-3), di piccolo formato (mm. 100X60), di uno dei più famosi artisti fiamminghi di Anversa, J. Wierix (1553-1619); rappresentano scene che descrivono le varie fasi relative alla costruzione della casa della Sacra Famiglia, in un susseguirsi di operazioni manuali, anche complesse e faticose, eseguite con particolare perizia, suddivisione del lavoro e spirito di squadra veramente esemplare, dove san Giuseppe svolge il ruolo di capomastro, con una iconografia che non è più rintracciabile nei secoli successivi.
Fino al Medioevo le raffigurazioni di san Giuseppe sono molto rare e la sua più antica immagine , come santo a se stante, con l'attributo del bastone fiorito, si trova in un affresco di Taddeo Gaddi (1332-1338) in Santa Croce a Firenze. Nei secoli successivi le immagini del santo si moltiplicarono soprattutto nelle piccole immagini devozionali, come quella qui riportata (figura 4), dove san Giuseppe è rappresentato con Gesù Bambino in braccio e il bastone fiorito; è un'incisione francese, del Settecento, dipinta a mano. A proposito del bastone fiorito, in alcuni dei Vangeli apocrifi si legge che Giuseppe assieme ad altri aspiranti pre-

San Giuseppe con Gesù Bambino e il giglio, litografia colorata a mano, ed. Koppe, Praga, metà del XIX sec.

Costruzione della casa per la Sacra Famiglia, incisione a bulino, H. Wierix, Anversa, 1553-1619.

San Giuseppe con Gesù Bambino e il bastone fiorito, incisione francese colorata a mano, XVIII sec.

San Giuseppe falegname, xilografia che si trova in J. Da Varazze, Legendario deli sancti historiado , editore M. Codecha, Venezia 1492

il simbolo è un segno che richiama immediatamente una realtà importante ma nascosta e solo approssimativamente definibile, che porta dentro di sé il segno e il seme di un'altra realtà.

tendeva la mano di Maria: la scelta cadde su di lui, grazie ad un segno divino perché solo il suo bastone fiorì. Molto spesso viene raffigurato solo con il giglio (figura 5), simbolo dell'elezione e di essere amato da Dio.

Ora, penso, potrà risultare più chiaro il valore simbolico del giglio stilizzato del secondo distintivo che, oltre a quello descritto, si può sintetizzare come segno di essere stato scelto da Dio e può simboleggiare anche la giusta via per compiere il proprio dovere, facendo riferimento alla punta di freccia, a forma di giglio, che nelle vecchie carte e bussole indicava il nord. Inoltre, nella fascia mediana, si trova la parola "servire" che nell'ottica cristiana significa rispondere, per amore del prossimo, a una chiamata, a una missione che Dio fin da principio ha dato all'uomo.

Al termine di questo breve approfondimento, l'auspicio e l'invito è che ciascuno possa guardare questi nostri distintivi con occhi diversi e trovare motivi di riflessione e di conforto per svolgere il proprio lavoro con maggiore fiducia e senso di servizio, sapendone cogliere i numerosi significati nascosti.

PROGETTI EDUCATIVI

Perché serve un **ponte** tra **scuola** e *lavoro*

Come è noto, il Decreto Legge 107/2015 definito della "Buona Scuola" introduce la seguente affermazione: "La nuova alternanza scuola-lavoro è disciplinata dai commi 33 ai commi 43 della legge 107/2015. Al fine di incrementare le opportunità di lavoro e le capacità di orientamento degli studenti, i percorsi di alternanza scuola-lavoro di cui al decreto legislativo 15 aprile 2005, n. 77, sono attuati, negli istituti tecnici e professionali, per una durata complessiva, nel secondo biennio e nell'ultimo anno del percorso di studi, di almeno 400 ore e, nei licei, per una durata complessiva di almeno 200 ore nel triennio. Le disposizioni del primo periodo si applicano a partire dalle classi terze attivate nell'anno scolastico successivo a quello in corso alla data di entrata in vigore della presente legge. I percorsi di alternanza sono inseriti nei piani triennali dell'offerta formativa".

E' interessante notare che lo scopo primario del legislatore risulta essere quello di "… incrementare le opportunità di lavoro e le capacità di orientamento degli studenti…". Si parla dunque di lavoro e di orientamento al lavoro creando un ponte fra scuola e lavoro ma senza fare alcun cenno a cosa sia il lavoro e al perché l'uomo, da che mondo è mondo, è connaturato al lavoro stesso. In pratica è come se questo ponte avesse impostato il pilastro di partenza (la scuola) ma fosse assolutamente sprovvisto del pilastro di arrivo, appunto ..il lavoro. Mandare gli studenti a vivere questa "alternanza" sarebbe dunque come inviare una persona a visitare una mostra senza sapere chi espone, perché espone, cosa espone, e saper giudicare se capace un giorno di adattarvisi. Si ritiene che l'intendimento del legislatore sia certamente virtuoso in quanto propone un percorso prospettico di una realtà che prima o poi ogni studente dovrà incontrare ma, proprio per questo, tale percorso manca della necessaria informazione di cosa sia il lavoro, quale la sua genesi, quale la sua natura, quali risvolti abbia sul comportamento umano, quali attitudini richieda e in definitiva quale senso assegnargli per una futura condivisione che occuperà un'intera esistenza.

Se dovessimo domandarci cosa sia il lavoro e perché si lavora, temo che ciascuno di noi non saprebbe cosa rispondere, salvo argomentare tutto il negativo che il lavorare comporta con la necessaria fatica e …"sudore della fronte!". Qualche tempo fa, un professore della Università Cattolica di Milano, Albino Claudio Bosio, ha svolto una indagine sui prodotti maggiormente richiesti dalle nuove generazioni e ne ha tratto una sintesi del pensiero giovanile che così si condensa: *"… nasco per studiare, studio per lavorare, lavoro per guadagnare, guadagno per …..spendere !!! …"*. Questa affermazione evidenzia drammaticamente come la diffusa cultura dei giovani sui temi dello studio e del lavoro sia totalmente sprovvista di senso e come la vita stessa si possa dispiegare senza senso alcuno.

Fatte queste necessarie premesse, si presenta un'ipotesi di intervento presso le scuole che debbono avviare gli studenti alla alternanza scuola-lavoro. Prendiamo lo spunto da una recente esperienza presso una scuola del bergamasco. Come metodo è stato usato un processo interattivo senza imporre alcun

Alessandro Crespi
è cresciuto in una famiglia bustocca di industriali tessili, attivi sin dalla fine del 1700. E' stato presidente della Associazione Industriali di Novara e presidente del Gruppo Imprese Tessili di Novara (1974-84). Dal 1996 al 2010 è stato presidente dell'Ucid Novara e responsabile culturale in seno al comitato di presidenza nazionale Ucid sul tema del "Lavoro come Dono". Dal 2011 al 2014 è stato presidente dell'Ucid Gruppo regionale lombardo e membro della commissione "Formazione e Promozione".

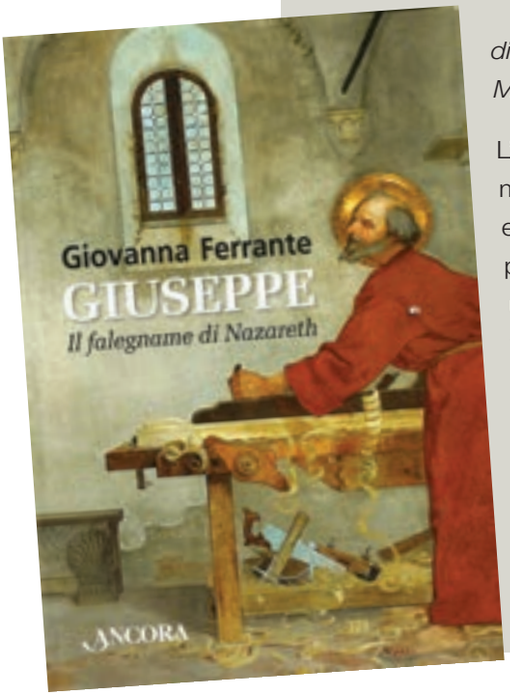
insegnamento specifico ma seguendo, come in un rapporto nonno-nipoti, un approccio di domande e considerazioni successive cui tentare possibili risposte. L'obiettivo che ci siamo posti è stato quello di gettare un ponte opposto fra le rive del lavoro e le rive della scuola, per mostrare quali identità il lavoro ricerca nelle persone che escono da una più o meno lunga stagione di studi.
La prima considerazione che è stata fatta dagli studenti con una certa immediatezza è quella che lavoriamo per il nostro sostentamento. Il lavoro comporta una necessaria remunerazione. Qui gli studenti si sono già arrestati non sapendo cos'altro rispondere. Un breve percorso sulla storia del mondo conferma che l'uomo ha sempre lavorato traendo inizialmente dalla terra a dagli animali il proprio sostentamento. Il lavoro e l'operosità umana hanno comportato uno sviluppo del benessere sempre crescente, passando da attività artigianali molto diversificate a comunità di lavoro chiamate "imprese", atte a produrre beni durevoli e di consumo. Ma la domanda di fondo del perché lavoriamo, in tale contesto non ha trovato ancora alcuna risposta. Una prima ipotesi particolarmente suggestiva e interessante ci viene suggerita dalla Bibbia nei primi capitoli della Genesi. Dio si presenta come un grande lavoratore che, giorno dopo giorno, si attiva a creare il mondo e di esso ne resta pienamente soddisfatto: "*e vide che era cosa buona*". Dopo aver creato l'uomo e la donna, Dio rivolge all'umanità alcune precise indicazioni: "*Andate e moltiplicatevi, date un nome a tutte le cose create animate e inanimate, abbiate buona cura del creato, continuate nella mia opera creatrice*". Dare un nome a tutte le cose visibili e invisibili significa, nel linguaggio antico, prenderne possesso. Far buona cura del creato, significa provvedere a curarlo, a mantenerlo integro, a prenderlo in cura attraverso una sana e corretta amministrazione. Continuare nell'opera creatrice, non necessita di spiegazione se non per un chiaro invito rivolto all'umanità di proseguire nella Sua opera straordinaria della creazione. In definitiva il "messaggio" che Dio lascia alla intera umanità ha tutto l'aspetto di una vera e autentica "vocazione" al lavoro. Per inciso, anche Gesù, figlio di Dio, viene riconosciuto e identificato come "il figlio del falegname" e pertanto lavoratore egli stesso, artigiano nella bottega di falegnameria del padre Giuseppe. Secondo questa ipotesi, l'umanità "lavora per vocazione" prima ancora che per … remunerazione, ovvero vive lo scopo primario del lavorare non nel compenso di una qualche retribuzione, bensì nella disposizione naturale a operare, agire, trasferire il proprio personale contributo per la necessaria trasformazione del mondo.
Proviamo ora a dare una struttura a questo istinto primordiale, a dare un senso a questo bisogno di personale realizzazione, appunto a questa nostra "vocazione". Viviamo nel pieno di una cultura della conoscenza, che rappresenta un vero patrimonio dell'umanità. Attraverso Internet siamo oggi in grado di conoscere praticamente tutto ciò che ci interessa e in pochi secondi con un semplicissimo click possiamo ottenere la risposta che desideriamo. Tutto il sistema formativo, da quello scolastico a quello universitario, è predisposto e impegnato a trasferire conoscenza

Tuttavia all'impegno particolarmente dedicato alla formazione non si è verificato un pari impegno educativo volto a creare una adeguata coscienza, destinata a sostenere e guidare la conoscenza stessa. E' venuto dunque a mancare "quello sviluppo integrale della persona" tanto raccomandato da ben tre encicliche sociali presentate da altrettanti e differenti Papi.

alle nuove generazioni. Le scuole propongono essenzialmente una vasta formazione di carattere culturale, le università trasmettono sostanzialmente competenze, specializzazioni, scienze. Tuttavia all'impegno particolarmente dedicato alla formazione non si è verificato un pari impegno educativo volto a creare una adeguata coscienza, destinata a sostenere e guidare la conoscenza stessa. E' venuto dunque a mancare "quello sviluppo integrale della persona" tanto raccomandato da ben tre encicliche sociali presentate da altrettanti e differenti Papi: la *Populorum progressio* (1967) di Paolo VI°, la *Sollecitudo rei sociali* (1987) di Giovanni Paolo II° e la *Caritas in veritate* (2009) di Benedetto XVI° .
Un tipico esempio di immediata comprensione è il seguente. La grande scoperta dell'energia atomica ha comportato un approfondimento della realtà della materia e del suo straordinario potenziale energetico, ma ha anche portato alla creazione del più grande potenziale distruttivo che l'uomo abbia mai inventato e prodotto. Lanciare o non lanciare una bomba atomica non risiede evidentemente nell'ambito della conoscenza ma si innesta soltanto in una risposta della coscienza. Si ritiene che la conoscenza rappresenti un sostanziale "potere": poter comprendere, poter discernere, poter decidere, poter operare, poter verificare…Ma è tuttavia la coscienza che rappresenta il vero "sapere": saper comprendere, saper discernere, saper decidere, saper operare, saper verificare e così via. Senza una adeguata coscienza, la conoscenza non può andare da nessuna parte o si orienta liberamente verso ogni possibile parte. L'accesso al mondo del lavoro richiede dunque un necessario equilibrio fra formazione ed educazione, fra conoscenza e coscienza. Ci si è domandati allora quali competenze di base sono richieste per armonizzare, affiancare e sostenere ogni persona che vive nel mondo del lavoro. La prima è il senso di responsabilità, che è la coscienza che ogni nostro gesto, ogni nostra espressione, ogni nostra azione, interagisce con quella degli altri.
La seconda, che discende dalla prima, è la capacità di relazione, che è la coscienza di vivere in un mondo non autonomo o isolato ma in relazione con altre persone.
La terza, che ancora discende dalle due precedenti, è la coscienza dell'altro non come oggetto ma come soggetto di relazione, che conserva pari dignità e merita altrettanta pari dignità. A queste competenze, e a titolo di esempio, se ne affiancano molte altre come la capacità di adattamento, la volontà di condividere, il coraggio di intraprendere, la passione per il lavoro, il gusto della creatività, il senso di appartenenza, la gratuità del dono.
Sotto questa luce, il lavoro supera il senso riduttivo della semplice remunerazione e assume una nuova e autentica identità, dove la persona umana diviene centro e baricentro di tutta l'economia, capace di realizzare quello sviluppo creativo che Dio ha voluto per l'umanità fino dalle più antiche origini del mondo. Solo a questo punto si può aprire un nuovo scenario che riguarda l'impresa come comunità di persone, luogo del lavoro dove sostanzialmente si acquista, si produce, si amministra e si vende… ma questo appartiene a un nuovo capitolo.

SUGGERIMENTI DI LETTURA

Giuseppe, il falegname **di Nazareth**



di Giovanna Ferrante, Ancora Editrice, Milano 2011

L'autrice racconta di san Giuseppe, premuroso padre di famiglia e artigiano abile e operoso, che parla della sua vita in prima persona. Ne emergono i tratti di una vita impastata di mistero e di quotidianità. Il mistero di vivere accanto al figlio di Dio e a Maria, a volte senza capirli. La quotidianità di una vita familiare intessuta di affetti, di parole, di silenzi, di faccende domestiche, di lavoro nella bottega di falegname, di frequenza alla sinagoga, di vita del villaggio.

S. CASELLA,
La morale aziendale. Un modello basato sull'etica per avere successo nel business
(Tecniche Nuove, Pisa 2014).
L'azienda etica non è un'utopia: è possibile.

A.V. ABELA, J. E. CAPIZZI,
Etica e business. Un catechismo per chi fa impresa
(Rubbettino Editore, Soveria Mannelli 2016). Il libro evidenzia il perché siano proprio i valori che gli uomini adottano e testimoniano nella propria vita a decretare il successo o il fallimento delle imprese.

M. VISENTIN,
Decidere meglio, decidere per tutti. L'etica nell'impresa
(Aracne, Roma 2016).
Nel libro si presenta il problema etico nelle decisioni d'impresa, che coinvolge la coscienza dell'imprenditore come attore del processo economico e come cooperatore dello sviluppo del bene comune.

L. ORSENIGO,
Rabbi ovvero la buona imprenditoria nei Vangeli
(Eta Beta, Arcore 2017, 2° ed. riveduta e integrata). Le riflessioni dell'autore s'incentrano su un interrogativo di fondo: esiste un'esperienza cristiana d'impresa e di imprenditore? La risposta è eccelsa, perché coglie le considerazioni dalla lettura "ad alta voce" di alcuni brani della "buona novella", da cui scaturisce l'autentica "vocazione" dell'imprenditore di generare "buona economia".

B. BONCIANI,
Etica e impresa, quale responsabilità sociale. Un equilibrio complesso
(Pisa University Press, 2018).
Il libro offre una lettura critica della RSI, analizzando l'evoluzione del concetto dalle sue origini alle definizioni contemporanee.

V. BILARDI,
Etica sociale e Risk Management Aziendale
(Dellisanti Editore, Taranto 2018).
Le risposte e gli strumenti per definire il futuro delle performance aziendali. Analisi delle relazioni tra il mercato e l'etica, con particolare riguardo all'incidenza di scelte ispirate ai valori umani e della solidarietà nell'ambito dell'attività d'impresa.

SANTORO,
Pensare sostenibile. Una bella impresa
(Egea, Milano 2018).
Il libro offre una guida agli imprenditori italiani e ai giovani che desiderano fare impresa; un contributo di conoscenza e di incoraggiamento per superare i propri confini personali e professionali, e pensare "sostenibile" per realizzare il futuro che vogliamo. Al centro dell'obiettivo: promuovere l'idea di una imprenditoria sana e in grado di diventare motore di sviluppo e benessere sociale.

IL DIGITAL BUSINESS BRANDING

PER LA PICCOLA, MEDIA E GRANDE IMPRESA

IBA COMPANY

INTERACTIVE BUSINESS APP

COMUNICAZIONE E MARKETING DIGITALE IN TEMPO REALE

VISIBILITA', PRESTIGIO E VALORE AL TUO BRAND

UNA SOLUZIONE PER TUTTI E PER GLI AFFARI

SUL DISPLAY PIU' CONSULTATO AL MONDO QUELLO DELLO SMARTPHONE E TABLET

IL MOBILE COMMUNICATION TECHNOLOGIES AL SERVIZIO DEL CORE BUSINESS DEL CLIENTE

Notizie, articoli, news, eventi, locandine,
con testi, immagini e video su app personalizzabili e interattive

Movie e Storytelling della azienda, della produzione,
dei progetti, prodotti e servizi con
Customer Experience per fidelizzare i clienti e acquisire nuovi contatti

Creazione e Gestione di una Rete Esclusiva di Clienti
con Messaggistica in tempo reale verso gruppi omogenei ed eterogenei

Social Media Integration
Facebook, Twitter, Instagram, Youtube
su pagine social commerciali e personali

Pubblicazione a vari livelli di dettaglio
con catalogo e vetrine munite di geo localizzazione

Iscrizione e registrazione dei contatti
con schede anagrafiche e gestione delle attivita'

Tesseramento automatico e pagamenti
tramite carte di credito e paypal

UNA AZIENDA DIGITALE

Comunicare e informare in tempo reale
per anticipare la concorrenza,
promuovere il Brand, Progetti, Prodotti e Servizi.

SERVIZI DI GESTIONE DEI CONTENUTI

Copywriting, pubblicazione di notizie, articoli, eventi ed
inviti. Gestione della messaggistica,
via chat, con i clienti, contatti e utenti

SERVIZI DI DIGITAL E SOCIAL MARKETING

GOOGLE ADWORDS, FACEBOOK, TWITTER,
INSTAGRAM, YOUTUBE, LINKEDIN

SCARICA L'APP DEMO CRM IBA

POWERED BY

ERMES·ITALIA
ADVANCED TECHNOLOGIES & SERVICES

SOLUZIONI E TECNOLOGIE A SUPPORTO DEL VOSTRO CORE BUSINESS
WWW.ERMESITALIA.COM

PROTEGGIAMO L'IMPRESA

SMALL BUSINESS

CATTOLICA&IMPRESA

Cattolica Assicurazioni

Messaggio pubblicitario con finalità promozionali. Prima della sottoscrizione leggere attentamente il set informativo disponibile sul sito www.cattolica.it e presso le agenzie Cattolica Assicurazioni.

CATTOLICA ASSICURAZIONI

DAL 1896

www.cattolica.it