

PARTE V

I miei casi di studi

Affascinato dal programma e dal materiale utilizzato per l'esame in ECONOMIA APPLICATA AI SETTORI PRODUTTIVI, curato dal prof. Sacco, ne ho interiorizzato i precetti, ponendo sempre più attenzione agli aspetti socio-economici collegati ad iniziative od eventi culturali piuttosto che benefici, che forse prima mi apparivano scontati.

Il supporto culturale acquisito mi ha permesso, inoltre, di valutare meglio dinamiche attuate da imprese anche con aspettative di *ritorni positivi* in termini di *marketing* e di riconoscimento di responsabilità sociale.

Da ciò origina il mio desiderio oggi divenuto realtà e, cioè, di raccontare casi osservati direttamente, dopo aver predisposto un adeguato scenario descrittivo e documentato, idoneo ad agevolare un'adeguata comprensione delle relative *mission*.

Ho, infine, soddisfatto, un altro mio desiderio consistente nel voler dare voce ai protagonisti ed agli attori principali dei casi osservati, per cercare di veicolare emozioni e sensazioni più profonde, le intenzioni, i loro desideri, nella realizzazione dei nobili progetti, frutto di una loro *vision*, ma soprattutto di una volontà forte e del fermo credo che la salute e la continuità del mondo economico passa anche dall'adozione di misure e condotte socialmente responsabili a favore della collettività e dalla predisposizione di adeguati protocolli formativi per gli uomini di domani.

“La moda è creatività e la creatività è libertà, una libertà che può esprimersi anche all’interno di un luogo di detenzione e aprire prospettive di vita e di lavoro”

On. Elisabetta Cianfanelli¹

Design Fashion Party

A Firenze un gruppo di imprenditori hanno promosso una iniziativa di evidente spessore sociale, consistente nella realizzazione all’interno del carcere di Sollicciano di una sfilata di moda per regalare ai detenuti momento di *normale* mondanità.

Quella della sfilata ha visto sicuramente quali ideatori i fratelli Vito e Giuseppe Del Re² e Andrea Daroit³ che hanno recepito il desiderio, il necessario bisogno di normalità “gridato in silenzio” dalle detenute ed hanno proposto loro di essere protagoniste per un giorno: di sfilare con capi griffati e di mettere a disposizione le loro teste per acconciature “spettacolari”. L’idea non è rimasta tale. Portata a conoscenza delle autorità carcerarie è stata accolta positivamente, ma tuttavia sottoposta ad uno studio accurato, per valutare l’impatto che una tale iniziativa avrebbe provocato sulla generalità della popolazione carceraria. Nel frattempo è stato coinvolto l’Assessorato alla Moda della Provincia di Firenze che ha ampliato la proposta di base invitando il Ministro della Giustizia Clemente Mastella e il Sottosegretario alla giustizia Melchiorre,

¹ Assessore alla Moda della Provincia di Firenze con delega all’innovazione, design, territorio, comunicazione. Ricercatore presso l’Università degli Studi di Firenze – Dipartimento di Tecnologie dell’Architettura e Design “Pierluigi Spadolini” Laureata con lode in Architettura nel 1990 con la tesi in Disegno Industriale dal titolo: “Il disabile: un ausilio per l’integrazione”.

² Staff Parrucchieri Vito del Re con salone in via Mariti a Firenze. Quasi mezzo secolo di esperienza e all’attivo la partecipazione a tutte le edizioni del Festival di Sanremo, quali acconciatori degli artisti.

³ Funzionario Telecom in pensione è stato arbitro Nazionale di pallavolo, Presidente Regionale della FIPAV, componente giunta CONI Toscana, conduttore di trasmissioni TV e Radio, organizzatore di eventi di beneficenza, attuale capogruppo dei musicisti del Calcio Storico Fiorentino.

contattando molte aziende del settore moda operanti nel territorio fiorentino per contribuire all'iniziativa di solidarietà consistente nella costruzione di un laboratorio moda all'interno del carcere. Il lavoro dell'Assessorato si è esteso a tutti dai contatti istituzionali alla ricerca di materie prime per la realizzazione di abiti e accessori da parte delle detenute, alla gestione dell'immagine, delle operazioni di marketing e di comunicazione sul territorio regionale e nazionale. L'entusiasmo generale e l'adesione al progetto della realizzazione di un laboratorio di moda si è rivelato ben più ampio rispetto alle aspettative iniziali e la sfilata, ideata e poi realizzata per la prima volta il 18 dicembre scorso, ne ha rappresentato l'evento mediatico, il veicolo comunicativo.

Il progetto

L'onorevole Cianfanelli ed il suo staff, traendo spunto da iniziative economico/culturali⁴ di successo già realizzate presso altri istituti di pena ad esempio Pisa⁵, Opera (Milano)⁶, Vercelli⁷, hanno predisposto, con l'entusiasmante disponibilità

⁴ Teatro in Carcere. Il progetto regionale è stato avviato nel 1999. Il teatro in carcere rappresenta un importante strumento di confronto e cambiamento per i detenuti (e attori), chiamati a rivestire un ruolo diverso, ma anche un mezzo che incarna il precetto rieducativo dell'art. 27 della Costituzione ed agevola il reinserimento in società di chi vive l'esperienza del carcere. Le esperienze di questo tipo hanno apportato benefici anche al mondo teatrale tradizionale favorendo l'arricchimento se non il cambiamento nei linguaggi del teatro, che trova negli stretti orizzonti carcerari una sua rinnovata urgenza e necessità. D'altra parte viene investita anche la qualità espressiva ed artistica della teatralità con riflessi formativi al di qua e al di là delle sbarre: i due aspetti rinviano l'uno all'altro e si arricchiscono vicendevolmente. Il progetto è sostenuto attraverso finanziamenti dalla Regione Toscana.

⁵ LaborArte - Laboratori di Arte e Mestieri. Anno 2005. Il progetto definito sulla base delle indicazioni a suo tempo emerse nell'ambito del "Progetto per il reinserimento sociale e lavorativo delle donne detenute in Don Bosco" elaborato dal Tavolo di lavoro sul carcere promosso e coordinato dal Comune di Pisa (Assessorato e Consiglio Cittadino per le P.O.) e condotto in stretto raccordo con i componenti del Tavolo stesso. Il Labor Arte è stato svolto seguendo un percorso consistito, in un primo step di orientamento, per illustrare alle partecipanti il tipo di percorso e i suoi contenuti, ma anche per conoscerne meglio desideri, capacità ed aspirazioni. Quindi, le allieve hanno scelto il modulo formativo (tutti della durata di 120 ore) di proprio maggiore interesse tra i tre proposti

- 1) una UFC per la creazione di bigiotteria ed altri oggetti ornamentali
- 2) una UFC per la realizzazione di decorazioni su piccola oggettistica
- 3) una UFC per la preparazione di dolci e prodotti di piccola pasticceria.

Alla fine dell'attività formativa nello specifico settore di interesse, è stata fornita alle allieve una panoramica su normativa del Lavoro e su sicurezza di sul posto di lavoro.

⁶ Pane in gabbia, titola un articolo, del 2004, di Carlo Giorgi su "Terre di mezzo- giornale di strada". *"Alle 6 del mattino, quando ancora la metropoli fatica ad aprire gli occhi, un furgone carico di 700 chili di pane fragrante, superati i grandi portoni metallici del carcere di Opera-Milano, guadagna la libertà. Quello stesso pane, qualche ora dopo, finisce sotto i denti delle persone di cui la città ha maggior cura: i*

di firme della moda italiana (Thes & Thes, Allegri, Giuliano Mazzuoli, Gallotti, Taccetti, Pakerson, Gianna Mediani, Mazzini, Farmacia di Santa Maria Novella, Tunnel), un progetto di ampia portata consistente nella realizzazione all'interno del Carcere di Sollicciano di un laboratorio artigianale per il confezionamento di capi di abbigliamento e di accessori destinati al mercato oltre le sbarre. I prodotti verranno poi commercializzati con il *brand* "LAGABBIA" opportunamente creato e registrato.

A capo della cordata degli imprenditori Theodossia Tziveli⁸ *domina* di "Thes & Thes" e socio della Camera Nazionale della Moda Italiana, ha subito fornito il suo completo apporto al progetto in studio.

Considerare tale iniziativa una trovata pubblicitaria per imprese e politici ovvero ridurla ad una mera operazione di *marketing* sarebbe improprio e limitativo. La portata del

più piccoli (i bambini delle scuole dell'obbligo) e i più grandi (gli anziani delle case di riposo). L'attività del carcere di Opera, dove panettieri-reclusi cuociono il pane per commensali-liberi, è unica in Italia".

⁷ Linea moda Codice a Sbarre . Nasce nel carcere BILIEEMME come progetto sociale nel 2002, come proposta sulle Pari Opportunità, presentato dal Settore Politiche Sociali del Comune di Vercelli, in partnership con il Ministero di Giustizia, il consorzio sociale ARMES di Vercelli, sostenuto dal Ministero del Lavoro attraverso fondi FSE. Il personale del carcere - in collaborazione con gli educatori - ha presentato un percorso didattico sul taglio e cucito, per quattro detenute scelte tra le tante, durante il quale le donne hanno frequentato corsi di formazione, e condiviso temi sull'imprenditorialità e comunicazione. Oggi sono imprenditrici. Il loro Brand :CODICEASBARRE. All'attivo due collezioni, con etichette Cdsb Work e Cdsb jailwear, distribuite in 120 negozi nazionali di sportwear e presso il multibrand Vertice di Torino. Dal 10 al 13 gennaio 2007, la collezione è stata presentata alla manifestazione PITTI IMMAGINE UOMO di Firenze. Lo showroom è stato allestito all'interno del Carcere di Sollicciano. Un servizio di bus navetta d'eccezione, i pullman dell'Amministrazione penitenziaria, hanno traghettato i buyer dalla Fortezza da Basso a quella di Sollicciano. A Milano Finanza Fashion Caterina Micolano ideatrice e responsabile del progetto ha auspicato il ripetersi dell'esperienza fiorentina.

⁸ Theodossia Tziveli, di origine greca, membro dell'Unesco ed Ambasciatrice di Grecia in Italia per le passate Olimpiadi, Atene 2004, si è stabilita a Empoli nella provincia di Firenze 24 anni fa.

La sua produzione diffusa con i 3 marchi Thes & Thes Tziveli arriva oggi in tutta Europa, fino in Russia, con uno spazio proprio a Milano e a Parigi, con 3 centri monomarca a Kolonaki, Kifissia, Salonicco e con più di mille punti vendita sparsi nel mondo fino nella Corea del Sud.

Nel 2004 le sue imprese hanno fatturato venti milioni di euro, di cui il 50% proveniente da ricavi dal trade di pellicce e pelli, l'altra metà dalla produzione di pellicce e abbigliamento in vario tipo di pelo, nella fascia di lusso.

Oggi Thes Thes Tziveli conta 35 collaboratori in azienda e una decina di laboratori esterni, con uno show-room di 1600 metri quadrati che, entro il 2005, si estenderà su un nuovo complesso di 10mila metri quadrati di cui 6.500 coperti.

Nella sua attività è coadiuvata oltre che dal marito Costantino dai figli Vassiliki e Dimitri entrambi laureati, rispettivamente in Scienze Politiche a Siena, ed Economia Aziendale alla Bocconi di Milano. www.sistemaitalia.gr

progetto è ben più ampia. L'onorevole Cianfanelli, ha tenuto a sottolineare che il progetto mira a dare attuazione al precetto costituzionale della funzione rieducativa della detenzione negli istituti di pena sotto due aspetti:

- *da un lato* , colmando le difficoltà oggettive di reinserimento lavorativo, di fatto svolgendo attività formativa a favore delle detenute, stimolando la manualità e la creatività necessarie per la realizzazione di abbigliamento e accessori e, perciò facendo riprendere loro confidenza con il mondo reale fatto anche di oggetti, di utensili, di tensione creativa;
- *dall'altro* regalando momenti di normalità alle detenute, momenti di auto affermazione, che le rendano partecipi del mondo *oltre il muro*. E quale mezzo più appropriato se non quello a cui la donna è più sensibile: la moda. Normalità esasperata: nel corso della serata *design party* le detenute non solo hanno indossato capi fashion per loro piacere, ma sfilando per un pubblico eterogeneo (istituzioni, imprenditori, autorità e gente comune) anche con capi auto-realizzati hanno veicolato la loro soddisfazione a tutti gli *stakeholder* sociali.

Vassiliki Tziveli⁹ in merito “*era solo una manifestazione , ma serviva a offrire un altro punto di vista, quello secondo il quale migliorare se stessi può rappresentare un passaggio chiave verso la libertà, in ogni senso*”.

Inoltre, Maurizio Morbidelli, chef del relais châteaux Villa Grazioli di Grottaferrata e responsabile del progetto “***Liberamens...a***”, presso la casa di reclusione di Rebibbia,

⁹ Vassiliki Tziveli, laureata in Scienze Politiche presso l'Università di Siena e un master in giornalismo televisivo. Due passioni: una, il giornalismo televisivo, l'altra, la moda. Per ora le insegue tutte e due. Da una parte collabora con una importante emittente regionale toscana e con la RAI, dall'altra ha presentato insieme alla madre Theodossia (Thes) la sua prima collezione di bijoux, borse e cinture che sono andati in passerella durante la settimana della Moda Milanese, unitamente alla collezione Primavera – Estate 2007 della mamma Thes&Thes. Vassiliki è nata ad Atene, ma da quando aveva 6 mesi ha vissuto sempre in Italia, senza mai trascurare la patria di origine ma anche il resto del mondo. La passione per la moda gliel'ha trasmessa poco a poco sua madre Theodossia, mentre quella per il giornalismo è una scelta tutta sua. Per ora le due passioni sono in sinergia, perchè si occupa anche delle tendenze moda nell'emittente con la quale collabora. Molto forte in Vassiliki è il legame con la terra di adozione. Non è un caso che abbia voluto sin dall'inizio che la sua produzione fosse non solo creata, ma anche realizzata in Toscana, la Regione in cui abita e dove da 20 anni opera l'attività e il laboratorio di creazioni di moda della Mamma. www.sistemaitalia.gr.

sottolineando l'importanza del cibo nel contesto carcerario chiude un suo intervento sul tema con una frase molto profonda *“La cucina può diventare uno strumento di conoscenza e tolleranza, che consente alla mente di spaziare. Perché spesso le prime mura da abbattere durante la detenzione sono quelle della mente”*. Ed il progetto fiorentino si pone quale obiettivo l'abbattimento del muro ideale, tanto immateriale, quanto influente e resistente. Infatti, l'ideatore Daroit auspica la diffusione della sensibilità, dell'apertura verso il mondo dei reclusi tra la gente comune perché *“..portare un bel gesto, un sorriso, una pacca sulle spalle a chi già ha tanti problemi gratifica in un modo incredibile se poi tutto ciò servirà anche a cercare di rendere il loro domani meno buio gratificherà ancora di più nella certezza di aver in qualche modo contribuito al reinserimento di qualcuno nella società “civile”*

L'Onorevole Cianfanelli ha aggiunto *“il nostro intervento è stato facilitato dal clima disteso esistente nell'istituto, dove controllori e controllati vivono in serenità...”*. Alle insinuazioni che poteva trattarsi di un progetto carico di motivazioni, ma opportunistiche per i politici e per le griffe, l'assessore alla moda ha restituito un dolce sorriso di smentita e *“rappresenta una esperienza che fornisce sicuramente degli arricchimenti anche al mondo politico ed alla società in generale. L'attività formativa non è only way, d'altra parte proprio lei scrive, citando Kuan Tze, che se un progetto deve durare cento anni bisogna formare nuovi uomini. I nuovi uomini, antropologicamente parlando, sono sia quelli che dopo un errore di percorso rientrano in carreggiata con un bagaglio di conoscenze idoneo a non tenerli relegati nell'angolo, emarginati e perciò fragili, ma idoneo a garantire loro un approccio al quotidiano scevro da pregiudizi, ma anche più responsabile e normale. Gli altri uomini sono i perbenisti: prevenuti nei confronti degli avanzi di galera, per loro la nostra iniziativa tende a dimostrare che si può anche al di fuori dei banchi delle management school trasformare le minacce (anche potenziali) in opportunità di crescita sociale ed*

economica. Infine, anche il mondo politico/istituzionale avverte esigenze formative, veicolate dal feedback provocato dalle iniziative promosse. E', quindi una grandissima opportunità, quella che ci viene offerta da questo progetto. Ci crea il terreno idoneo per analizzare, studiare e rispondere ai messaggi di ritorno delle nostre iniziative, affinché le istituzioni possano approntare piani strategici socialmente orientati sempre più efficaci, contribuendo ad arricchire il bagaglio culturale di tutti gli stakeholder della nostra società".

Dello stesso avviso Thes Tziveli¹⁰ che ha puntualizzato che *"Una cosa ben fatta è sempre formativa, fa esempio. Noi tutti viviamo di esempi. In economia si dice che la moneta cattiva scaccia quella buona. Questo vale anche per il resto dei campi umani. Dare l'esempio è il primo atto formativo, in famiglia o altrove".*

Il progetto rappresenta per le istituzioni un percorso finalizzato a contribuire al miglioramento della società, da realizzare con apporti non solamente del *Welfare State*, ma attingendo alla sensibilità sociale dei partner economici. In merito ad una considerazione sulla decadenza del *Welfare State* non si è fatta attendere la replica della Tziveli giornalista che ha puntualizzato *"il Welfare non lo definirei decadente. E' in difficoltà, per ragioni economiche e sociali, quello che è stato elaborato nell'ultimo secolo. Ma c'è in esso un elemento da non disperdere, qualunque siano le riforme necessarie e possibili: il senso di solidarietà e di appartenenza ad una collettività. Con la scomparsa dei grandi agglomerati familiari che producevano di fatto una solidarietà quasi di clan, oggi il non essere abbandonati a se stessi deve essere appunto obbiettivo della collettività. E' un tributo non solo solidaristico o caritatevole, ma un principio di civiltà, almeno come la concepiamo noi oggi".*

La realizzazione del laboratorio in carcere vede direttamente interessata la Thes Tziveli per la fornitura non solo di materia prima (pelle, tessuti, filo etc) necessario per la

realizzazione di confezioni, ma anche per la formazione di personale qualificato, stilisti e sarte/i futuri per dotare di una base culturale e formativa la popolazione della nuova azienda. Un primo ritorno benefico per le realtà economiche coinvolte è proporzionale alla loro capacità di recepire eventuali *input* creativi provenienti dalla popolazione multietnica delle detenute *“le idee più creative ci sono venute dalla popolazione transessuale presente nel carcere di Sollicciano”* ha precisato l’On. Cianfanelli che ha anche puntualizzato che la creatrice moda Tziveli non sarà l’unica partner di tale progetto, ma dopo di lei, anno dopo anno si alterneranno altri imprenditori del campo della moda.

In data 12.04.2007 è stato presentato a Firenze, in Palazzo Medici Riccardi, sede della Provincia di Firenze il *brand* “LAGABBIA” che personalizzerà la produzione oltre le sbarre. La nota dell’Assessorato alla Moda ha precisato che la presentazione del marchio *“si propone di compiere un ulteriore passo nella direzione intrapresa, creando un brand capace di veicolare sul mercato i valori positivi di libertà, voglia di ricominciare, oltre a tutte quelle emozioni nate all'interno dei laboratori moda della prigione”*.

L’evento mondano

Il pomeriggio del 18 dicembre scorso è stato caratterizzato dal primo *defilé* dietro le sbarre del Carcere di Sollicciano. L’evento è stato particolarmente sentito dal mondo politico, religioso e dello spettacolo. All’evento sono intervenuti infatti, oltre all’Onorevole Cianfanelli, in qualche modo padrona di Casa insieme al direttore del Carcere Cacurri, il sottosegretario alla Giustizia Melchiorre, il presidente del consiglio regionale Nencini, il vescovo vicario di Firenze, mons. Maniago, oltre a personaggi dello spettacolo quali Gaetano Gennai e Jo Squillo.

In passerella, però, modelle d'eccezione, le detenute: donne e transessuali e le agenti della polizia penitenziaria si sono avvicendate, indossando capi confezionati nell'istituendo laboratorio fiorentino, mentre lo staff di parrucchieri hanno dato il meglio curando le teste delle modelle d'eccezione.

Il pubblico, istituzionale e non, ha parafrasato a lungo sull'affermazione dell'On. Cianfanelli *“La moda è creatività e la creatività è libertà...”*, ed ha avuto modo di ritrovarsi a parlare di impegno sociale globalmente avvertito in uno scenario originale. Vassiliki Tziveli, questa volta in duplice veste di giornalista e collaboratrice della madre Thes, ha affermato *“Posso parlare per noi: siamo stati felici di esserci. Ci è servito a conoscere un mondo che non si ha modo di vedere o sentire se non in modo indiretto”*. Ed anche Thes Tziveli in merito al suo apporto benefico ha precisato *“La donazione è un gesto unilaterale se è solo donazione materiale. In fondo lo stesso termine dare è sbagliato: si tratta di stare in relazione con gli altri e allora non si distingue più il dare e l'avere. Tra persone, diversamente da quel che si fa in una azienda sana, la contabilità non deve essere significativa”*, centrando l'obiettivo di fondo della manifestazione e, cioè di mettere in comunione due mondi apparentemente agli antipodi.

In merito alle perplessità mosse sulle modalità di svolgimento dell'evento ed in particolare sull'atteggiamento psicologico delle “modelle” che avrebbero potuto sentirsi un fenomeno da baraccone, un'attrazione di un circo sui generis, l'On. Cianfanelli ha precisato *“all'inizio si sono mostrate curiose, ma scettiche. La proposta è stata preceduta dall'approntamento da parte di quest'ufficio di un idoneo piano di comunicazione predisposto sfruttando anche i contributi della direzione dell'istituto e della psicologa del carcere. La consapevolezza di approcciare un pubblico particolarmente sensibile, giammai ci avrebbe permesso di agire con leggerezza. Abbiamo voluto attrarre l'interesse non indurre all'attenzione. Devo dire che gli esiti ci*

danno ragione". In merito anche la Vassiliki Tziveli ha precisato "... C'era sincero desiderio di capire e di apprendere qualcosa di nuovo. Quanti sono quelli che si trovano coinvolti in azioni penali perché non hanno avuto la possibilità di vedere e capire cose diverse? La mente che si allarga è un piacere al quale nessuno sfugge". E Daroit "...non si sono sentite "belve in gabbia", assolutamente in quanto erano tutte volontarie e le sensazioni che trasmettevano erano quelle emozioni forti che si provano ad esempio prima di un esame o prima di una gara sportiva".

Interrogato sulla riuscita della serata Vito del Re, co-ideatore dell'evento, ha dichiarato *" un successo! Nel nostro lavoro l'immagine è importante, viviamo anche dei ritorni pubblicitari delle nostre partecipazioni, delle nostre performances in eventi di interesse mediatico. Il successo c'è stato a Sollicciano, ma questa volta la soddisfazione per noi è diversa. Il party ha tracciato un percorso che seguirlo provoca un piacere diverso, intenso, non volatile: persistente. Mi auguro, ritenendo di poter interpretare le intenzioni dei miei colleghi partners economici, che l'evento rappresenti il prologo di una esperienza di portata globale, fonte di benessere per tutti gli intervenuti, siano essi attori o spettatori, benefattori o beneficiari. Questa esperienza mi sta facendo crescere e non ho voglia di fermarmi ora".* Circa l'atteggiamento delle modelle sollicciane ha precisato *"ho percepito sotto le mie mani le emozioni delle mie modelle, le ho acconciate facendomi guidare dai loro desideri, talvolta solo accennati: li ho interpretati. Nei loro capelli una carica inesauribile di energia positiva. Non hanno mai pensato di essere degli strumenti per una campagna di marketing. Avevo già costruito un percorso comune con loro, durante i miei appuntamenti settimanali. Non posso, però nascondere i ritorni positivi della mia partecipazione attiva alla manifestazione. La visibilità riservata da giornali e televisione al fashion party mi hanno regalato più pubblicità di quanto abbia mai ottenuto affiancandomi a qualche big della musica o*

del cinema. Gli italiani sono un popolo eccezionale, sanno sempre valutare l'importanza delle cose".

Il futuro

Il progetto mira alla formazione della popolazione carceraria femminile. Vuole dotarle cultura della quotidianità, per agevolarne il reinserimento nel mondo di tutti i giorni.

La grandezza del progetto, quindi non si misura con il seguito ottenuto dall'evento *spot* del 18 dicembre scorso che, tuttavia, assicurano le istituzioni, sarà ripetuto con cadenza annuale, ma nella presa di coscienza dell'importanza formativa a due vie che il progetto mira ad ottenere. Le istituzioni da sole avranno problemi a sostenerlo e l'interesse del mondo economico va alimentato e supportato, riconoscendone l'importanza. Alle imprese sostenitrici sarà riconosciuto il loro impegno sociale, riservando adeguata visibilità e minimizzando le contestazioni di strumentalità e sensibilità verso il sociale interpreti di esigenze modaiole del mercato. In merito, Thes Tziveli *"è stato scritto che il fornaio non fa il pane perché è una persona buona ma perché lo vuole vendere. E' vero, ma è anche vero che la nostra idea del vivere sociale cambia nel tempo e influenza inevitabilmente le imprese. Credo che ci sia una fusione tra l'idea di promuovere se stessi e l'idea che se tutti stanno meglio tutti noi stiamo meglio. Diciamo che si è capito che le operazioni a somma zero, dove uno guadagna e uno perde, non sono le più convenienti. Pensi alla differenza tra la pace e la guerra...".* D'altra parte *"...quando si producono questi laboratori, prima di tutto, a mio parere, si deve chiarire quale sbocco posso avere. Bisogna collegarsi subito con gli ipotetici destinatari dell'iniziativa. Al momento non so ancora come si procederà, ma conto che si vada nella strada giusta visto la passione e l'impegno che è stato posto nell'avviare l'iniziativa .."* dice la figlia Vassiliki che aggiunge *"molto si può fare, purchè non sia fatto in modo sporadico e non mirato. Anche perché i denari a disposizione non sono*

mai abbastanza. Le imprese, un po' in tutti i campi, stanno diventando socialmente responsabili. E' una cultura che cresce, lentamente, ma cresce..". D'altra parte Adam Smith nel diciottesimo secolo con la sua legge della mano invisibile, affermava che *in un'economia di libero mercato, ogni individuo perseguendo i propri interessi è portato come da una mano invisibile a promuovere il benessere della società, più di quanto ne abbia intenzione o se ne renda conto.* E se questo è vero non possono che essere considerati positivi la promozione ed il sostegno di iniziative come quella di che trattasi che associano, attività umanitarie formative ad esigenze di *marketing*. D'altra parte la continuazione del progetto passa anche attraverso la salute dell'impresa che sostiene l'evento. E Daroit dall'alto della sua esperienza in campo sociale conclude *"oggi purtroppo i filantropi sono merce rara e queste cose si possono fare soltanto se in qualche modo si rende evidente il nome dell'Azienda"*. Ma allora il teorema delle dinamiche di *corporate giving* è dimostrato!

*“.....l’agire filantropico
non ha bisogno solo di cavalieri,
ma anche di amazzoni
che sappiano gettare
il cuore oltre l’ostacolo..”*

GIULIANA GEMELLI¹¹

**F.I.R.M.O. – FONDAZIONE ITALIANA RICERCA MALATTIE OSSEE – Fondazione
Raffaella Becagli Onlus.**

“Il simbolo della fondazione sarà un’orchidea, un’orchidea bianca, perché il bianco è la sintesi di tutti i colori...l’orchidea per restare eretta ha bisogno di sostanze minerali, ed in particolare di silicio, così come lo scheletro umano per restare eretto ha bisogno di apporti nutritivi adeguati. ...si sta elaborando un progetto da proporre, attraverso la scuola, ai più giovani, contenente un percorso educativo per l’alimentazione corretta del nostro corpo, delle nostre ossa. I giovani saranno un efficace veicolo informativo del progetto per la platea di stakeholder più matura e, perciò, più direttamente interessata ai contenuti del progetto stesso”. Così, il 19 marzo 2007, a Firenze, la professoressa Maria Luisa Brandi ha presentato FIRMO ai potenziali partner industriali e della comunicazione (società farmaceutiche, industrie per apparecchiature medicali, industria alimentare etc.). Ma questo è attualità!

L’atto di costituzione di Firmo (20 febbraio 2006) rappresenta il primo *step* soddisfatto dopo anni di studi, di considerazioni, valutazioni di fattibilità, effettuati soprattutto dal suo promotore ed attualmente presidente Maria Luisa Brandi¹².

¹¹ Giuliana Gemelli - Filantropi di Ventura di Baskerville (2004)

¹² Professore Straordinario di Endocrinologia e Malattie del Metabolismo presso l’Università di Firenze, Responsabile del “Centro Regionale di Riferimento su Tumori Endocrini Ereditari”. E’ Autrice di oltre 300 pubblicazioni in esteso, di cui 210 su riviste internazionali con “peer review”, tra cui New England Journal of Medicine, Proceedings of the National Academy of Science, Journal of Clinical Endocrinology and Metabolism,

Il progetto di fondazione ha previsto fin dall'inizio, non soltanto il compito di catalizzare i gesti filantropici dei sostenitori per poi dirottare i fondi raccolti a finanziare attività di ricerca o di beneficenza (*grant-making foundation*)¹³, bensì è seriamente orientato alla progettazione e realizzazione di un proprio laboratorio di ricerca laddove i componenti dell'istituendo comitato scientifico della fondazione avrebbero portato avanti i loro studi, le loro ricerche: sarebbe stata, quindi, una *operating foundation*¹⁴.

A fine 2005, un tragico evento accelerò la definizione e la nascita di Firmo. Il 26 ottobre 2005 venne assassinata a Bali (Indonesia) Raffaella Becagli¹⁵, figlia del noto imprenditore pratese Mario¹⁶, che già da tempo aveva assicurato all'amica Prof. Brandi il suo sostegno al progetto della fondazione.

La tragedia ridefinì il ruolo di Mario Becagli che, ora più che mai desiderava dare un senso alla sua esistenza, menomata di un valore inestimabile, della sua più piccola ed unica figlia femmina che, tra l'altro l'aveva reso anche nonno. La fondazione sarebbe nata con il sostegno della famiglia Becagli che, l'avrebbe dedicata a Raffaella. E il 20 febbraio 2006, a Firenze, a cinque mesi dalla sua scomparsa nasce:

Journal of Bone and Mineral Research, Human Molecular Genetics, American Journal of Human Genetics, Journal of Cell Biology.

¹³ - ¹⁴ Vedi ante 4.2.2.

¹⁵ Trentenne, ultima di cinque figli, ha vissuto la sua gioventù a Firenze. Dopo la maturità si trasferì a New York e, dopo essersi laureata in Marketing alla Columbia University, lavorò come giornalista in un quotidiano e una rivista del gruppo Fairchild Publications.

Negli ultimi anni della sua breve esistenza aveva ideato e realizzato un'attività commerciale di arredamenti etnici, scegliendoli di persona ed importandoli in Italia, direttamente da Cina, India, Indonesia.

¹⁶ Mario Becagli è uno dei più noti imprenditori di Prato, a capo di un gruppo industriale che conta oltre venti aziende. I suoi principali interessi si concentrano nel settore tessile, dove opera da oltre cinquant'anni col "Lanificio Becagli", che egli stesso ha fondato insieme al fratello Piero, noto in tutto il mondo per avere inventato il "Pile", il tessuto acrilico leggero simile alla pelliccia. Da alcuni anni Mario Becagli ha ampliato il suo campo d'interessi dedicandosi anche ai settori immobiliare e alberghiero. Queste nuove attività sono gestite dalla società Corolla Hotels & Resort.

Figura 21: insegna della Fondazione F.I.R.M.O..



Fonte: www.fondazionefirmo.com

La fondazione ha ottenuto il riconoscimento di Onlus (nr. 335) dal Prefetto di Firenze in data 26.06.2006.

FIRMO fa la sua prima apparizione pubblica all'Euroflora 2006 di Genova, in quanto un produttore Olandese di Orchidee, Gerrit Karremans, general manager della GLOBAL ORCHID EXCHANGE Pty Ltd di Sydney Australia, nel presentare la varietà denominata **The "BeauSil Orchid™"** pubblicizza che parte del ricavato della vendita delle sue orchidee sarà devoluto alla Fondazione Firmo- Fondazione Raffaella Becagli -. Gerrit Karremans, stringe una partnership con la Professoressa Brandi e comincia a lavorare alla creazione di una orchidea bianca, affinché questa diventi il simbolo della fondazione: il fiore come la fondazione sta crescendo!

Il 06 ottobre 2006 ospite dell'Assessore alla Sanità del Comune di Firenze, Graziano Cioni, FIRMO ha tenuto il suo pranzo inaugurale nel suggestivo scenario del Salone dei cinquecento di Palazzo Vecchio. Presenti autorità politiche (la moglie del sindaco di Firenze Dominici, il presidente ed i due vice presidenti Regionali Claudio Martini, Federico Gelli e Paolo Bartolozzi), mondo istituzionale (ex presidente della

Commissione Antimafia dott. P.L. Vigna, il questore di Firenze ed i Comandanti della Guardia di Finanza e dei Carabinieri), il rettore dell'Università di Firenze (Augusto Marinelli), autorità religiose quali il vescovo di Prato, un *testimonial* sportivo d'eccezione, Paolo Rossi, ex calciatore e campione del mondo 1982. Presenti anche personalità della medicina, del mondo industriale ed anche persone comuni. In questa occasione la *mission* di Firmo è stata compendiata dall'on. Claudio Martini che ha affermato “*riunire pubblico e privato, mondo politico, istituzionale, delle scienze, economico, dello sport e gente comune per creare sinergie per aiutare la collettività*”.

A quell'evento è seguita una intensa attività promozionale, attuata mediante la realizzazione di una preziosa *brochure* inviata agli ospiti del 6 ottobre con allegata una discreta richiesta di sostegno.

Nel contempo è stato individuato un immobile di circa 500 metri quadrati, nel centro di Firenze, che ospiterà un laboratorio di ricerca. I lavori inizieranno entro quest'anno (2007).

Firmo ha fatto domanda di iscrizione ed ha ottenuto l'inserimento nell'elenco degli Enti che possono beneficiare dell'ottenimento del 5 per mille delle imposte sui redditi delle persone fisiche destinato a finalità di interesse sociale.

Il 19 marzo del 2007 la Fondazione Firmo è stata presentata ad un pubblico di potenziali partner industriali.

Il 15 maggio 2007 la Fondazione FIRMO ha presentato a Roma, nella Sala delle Conferenze di Montecitorio il Progetto “Orchidea Raffaella”. Ospiti dell'evento, il Presidente della Repubblica Napolitano, il ministro delle comunicazioni Gentiloni, il ministro dei rapporti con il Parlamento Vannino Chiti, l'on. Ermete Realacci, l'Assessore Enrico Rossi della Regione Toscana. Manifestazione è stata moderata da Antonio Caprarica (direttore RADIOUNO). Il progetto si è posto quale finalità da un lato la sensibilizzazione dell'opinione pubblica alle problematiche legate alla carenza di

apporti minerali all'organismo, nello specifico di silicio e calcio alle ossa, dall'altro la promozione del simbolo della fondazione, l'orchidea bianca "Raffaella" e delle dinamiche di *cause related marketing* sottostanti la vendita futura di tali fiori: una parte del ricavato delle vendite di orchidee sarà destinato alla fondazione FIRMO che lo utilizzerà nella ricerca delle malattie delle ossa.

Il 26 e 27 maggio 2007 presso i fioristi viene promossa la vendita di "Un'orchidea simbolo di vita" a favore della ricerca delle malattie ossee. Parte del ricavato sarà devoluto alla fondazione.

A settembre 2007 sarà presentato un premio giornalistico sponsorizzato da FIRMO che sarà assegnato al miglior articolo che avrà contribuito alla comunicazione in materia di Osteoporosi.

Il 21 ottobre 2007 in occasione della giornata Internazionale dell'Osteoporosi, FIRMO realizzerà, in partnership con la Croce Rossa Italiana, nelle maggiori piazze dei capoluoghi nazionali dei gazebo, dei punti d'incontro con la gente, attraverso i quali si mirerà a sensibilizzare l'opinione pubblica sui fattori di rischio di Osteoporosi, attraverso la distribuzione di materiale informativo e la misurazione gratuita di densità ossea.

Per le festività natalizie 2007 è allo studio un gadget da distribuire ai finanziatori della fondazione Firmo.

Infine, per la formazione di nuovi uomini, FIRMO sta predisponendo il progetto "CRESCERE FORTI E SANI", che sarà diffuso nelle scuole. E' stato già ottenuto il placet delle istituzioni scolastiche. La finalità del progetto, di natura educativa, è quella della diffusione, a partire dall'età scolare, di informazioni sull'importanza di tenere le ossa sane e forti.

COS'È F.I.R.M.O.?

“FIRMO significa Fondazione italiana ricerca malattie ossee ed è stata dedicata dalla famiglia Becagli alla figlia Raffaella tragicamente scomparsa un anno fa”¹⁷ afferma Gabriele Poli¹⁸ responsabile della comunicazione della Fondazione. In realtà Firmo è molto di più soprattutto per la fondatrice perché “F.I.R.M.O. è il mio approdo, un organo in cui credere, una realtà da costruire educando al buono ed a quanto sembra così difficile in altre realtà istituzionali del nostro Paese. F.I.R.M.O. è la possibilità di far crescere in cultura il settore cui ho dedicato la mia vita intera e che è così abbandonato in Italia”¹⁹ , le malattie del metabolismo osseo e l’osteoporosi. FIRMO rappresenta una realtà unica nel suo genere. Ad una richiesta circa la Vision di Firmo il presidente ha risposto “vorrei non parlare di sogni, F.I.R.M.O. è già una realtà. Esiste. Il programma che avevamo era solido. Forse l’unico sogno era quello di trovare il coraggio di lanciarlo. No, ora non è un sogno. Non lo è più.”

Ed allora qual è il fine ultimo della Fondazione?

Debellare le malattie dell’osso!

La Fondazione²⁰ si è prefisso lo scopo di sostenere ricerche innovative per la diagnosi delle malattie dello scheletro, valorizzando a pieno il potenziale di competenze e di istituzioni, presenti nel nostro Paese, sui versanti universitario, industriale, clinico e finanziario.

Nello specifico, l’ iniziativa mira a perseguire i seguenti obiettivi:

- Attrarre investimenti, risorse e talenti, concorrendo alla crescita della ricerca innovativa in Italia;
- Promuovere il trasferimento tecnologico dalle strutture di ricerca alle imprese;

¹⁷ Veggasi intervista integrale in Appendice

¹⁸ Amministratore della Guestsystem srl. Rampollo della nota famiglia fiorentina dei Poli, proprietaria tra la l’altro di emittenti televisive locali e responsabile per la comunicazione della Fondazione Raffaella Becagli.

¹⁹ Veggasi intervista integrale in Appendice

²⁰ www.fondazionefirmo.com

- Educare i medici e gli operatori sanitari utilizzando corsi, master, letture e pubblicazioni;
- Sensibilizzare l'opinione pubblica, attraverso campagne nazionali;
- Sviluppare programmi mirati a promuovere la conoscenza nei pazienti di ogni età, per poter ridurre la distanza tra scienza e società.

“Lo scopo ultimo è quello di arrivare a TUTTI! La gente, i pazienti e certamente chi è in grado di sostenerci senza manipolare gli scopi della Fondazione rappresentano i target di Comunicazione nel prossimo futuro”, precisa la Prof. Brandi.

I motori della Fondazione saranno costituiti dal Comitato dei *Partner* Scientifici (medici, ricercatori etc) che operando direttamente sul campo attueranno la *mission* della fondazione e quello dei *Partner* Industriali e Istituzionali che garantiranno con il loro sostegno la continuità e la crescita della Fondazione.

Un'azione sinergica che coniugando impegno e professionalità da un lato e dotazioni economiche e strutturali dall'altro mirerà all'ottenimento di risultati eccellenti in termini di terapie e diagnosi d'avanguardia, regalando speranze reali agli *stakeholder* principali: ai malati, ai loro familiari, a tutta la collettività, dando finalmente voce e dedicando finestre a patologie rare e, perciò relegate in secondo piano, se non accantonate, in adesione alla logica imperante che tende a sostenere iniziative che garantiscono ritorni nel breve termine.

L'obiettivo della Fondazione è quello di guardare oltre il muro dello *spot*, mirando a porre le basi per progetti da attuare in orizzonti di medio e lungo termine, caratterizzati anche da elevati rischi in termini di successo, tuttavia sostenuti da una forte motivazione degli intervenuti. E, per questo è importante che FIRMO non agisca in modo isolato, ma si muova con il *placet* ed il sostegno del mondo accademico ed istituzionale oltreché degli *stakeholder* tutti. Per questo il percorso sul quale si è incamminata la fondazione Firmo è alternativo rispetto a quelli tradizionali, siamo oltre il *Welfare State*, il pubblico

e il privato, come ha sottolineato il presidente della Regione Martini, con Firmsi corrono insieme e *“solo tramite questa sinergia si potrà ottenere il meglio del privato in termini di velocità ed efficienza ed il meglio del pubblico in termini di dialogo e di mediazione con le parti sociali”* ha precisato Gabriele Poli.

Ed il *feedback* degli imprenditori non si è fatto attendere.

Da un lato la famiglia Becagli per la quale FIRMO ha un valore affettivo notevole, un modo per continuare a tenere vivo il ricordo di Raffaella *“.....per me F.I.R.M.O. è un’iniziativa di valore speciale, giacché mi consente di onorare la memoria di Raffaella nel modo più nobile: aiutando tutti coloro che soffrono di malattie ossee. Raffaella amava la vita e il prossimo e se fosse ancora fra noi certo apprezzerrebbe questa iniziativa con entusiasmo”* è il commento di Mario Becagli²¹.

Dall’altro le imprese farmaceutiche e la grande distribuzione estenderanno a FIRMO il sostegno già assicurato alla professoressa Brandi in altre campagne di sensibilizzazione dell’opinione pubblica sul tema osteoporosi.

L’orchidea Raffaella

Si deve a Gerrit Karremans²² la prima uscita di Firmsi in campo economico/pubblicitario. Gerrit ha posto in essere un vero e proprio protocollo di *corporate giving*, associando F.I.R.M.O. alla vendita delle sue orchidee BeauSil Orchid

²¹ Veggasi intervista integrale in Appendice.

²² Imprenditore di origine olandese residente a Chiesina Uzzanese. Specialista nella coltivazione, nella ibridazione e nella “creazione” di orchidee. Socio della GLOBAL ORCHID EXCHANGE LTD con sede in Australia. Ha lanciato un progetto per la realizzazione della *proteasi* nelle piante invasive. Successivamente sua società australiana realizzò un progetto di successo a Santa Barbara in California, dove un coltivatore di rose convertì la sua produzione in *orchidee cymbidium*. Dopo essere tornato in Italia, per proprio conto sta qui realizzando un vivaio per produrre piante semipronte per coltivatori e piante finite di orchidee *cymbidium*. Nell’ultimo triennio è impegnato nella realizzazione di un progetto che apporterà, secondo le sue aspettative, effetti benefici al mondo dell’agricoltura in generale e della floricoltura in particolare. Un aspetto del progetto sta ottimizzando il metabolismo del calcio nei vegetali attraverso l’introduzione dell’acido silicico, un altro aspetto sta lavorando alla realizzazione di produzione con le serre retrattili ed entrambi mireranno alla facilitazione del controllo biologico. L’aspetto del progetto attinente l’acido silicico vede la stretta collaborazione dell’Università di Anversa e di un professionista medico. Gli esiti del progetto sono stati già presentati alla 3^a conferenza mondiale sul silicio in agricoltura tenutasi in Brasile. E’ importatore della forma umana di questo acido silicico stabilizzato commercializzato con etichetta “BeauSil”.

Family in occasione dell'Euroflora del 2006 di Genova, perciò attuando una dinamica di mercato che prende il nome di “*cause related marketing*”: l'operatore economico nel promuovere la vendita del suo prodotti (orchidee e prodotti OSAB) associandolo ad un ente piuttosto che ad una iniziativa benefica, comunica alla platea dei potenziali clienti che parte del ricavato sarà destinato al sostegno dell'ente ovvero dell'iniziativa sponsorizzata.

In particolare la *kermesse* ligure ha offerto lo scenario alla GLOBAL ORCHID EXCHANGE Pty Ltd di Sydney Australia per la presentazione di la nuova serie BeauSil Orchid™, orchidee disponibili in più di 5 colori differenti, sviluppate in collaborazione con un famoso ibridatore Giapponese e rappresentanti una assoluta novità nel settore²³. Il nome BeauSil si riferisce ad una forma naturalmente stabilizzata di Silicio biologicamente disponibile, [Oligomeric Silicic Acid (OSA)], che ha avuto un ruolo essenziale nello sviluppo di questa famiglia di Orchidea.

Il ceppo della pianta ibridata trova le sue origini nel Sud America ed era usata dagli Incas a fini dietetici e salutari. Da ciò il collegamento con tra il fiore ibridato e l'Osteoporosi, scatenata da deficienza di apporti minerali nella dieta moderna. La ricerca scientifica ha evidenziato l'importanza del calcio e di altri minerali tra cui l'OSA nel metabolismo sia umano sia animale e vegetale.

Nella fattispecie i floricoltori hanno constatato che BeauSil Orchid™ cresce in maniera più compatta e con una fioritura più abbondante quando l'OSA é applicato come nutriente, con conseguente riduzione di surrogati nutritivi chimici non solo per la creazione di fiori, ma anche per l'agricoltura in genere.

Allo scopo è stato realizzato uno spazio nel quale sono state evidenziate in modo artistico le differenti questioni legate al metabolismo del Calcio, nella coltivazione di questi fiori. Sono state poste in vendita anche la prima limitata produzione di questo

²³ www.rerospo.com

tipo di orchidee. Una parte del ricavato di tale vendita è stato donato a Fondazione Italiana per la Ricerca in Malattie delle Ossa (F.I.R.M.O.).

Singolare l'ulteriore iniziativa legata alla vendita di "The BeauSil Orchid™". E' stato messo in palio un viaggio in Australia per l'acquirente e "pollice verde" che crescerà la pianta di orchidea nel miglior modo possibile.

Tuttavia Karremans in merito agli esiti economici di Euroflora ha precisato *"economicamente una delusione perché le piante di orchidea non erano in fiore e ciò richiede molta spiegazione e immaginazione, tuttavia, penso di aver raggiunto il mio obiettivo, perché lo considero l'inizio di un rapporto a lungo termine con molte altre opportunità- qui subentra la determinazione dell'imprenditore"*²⁴, ma è allo stesso tempo convinto dei ritorni in termini di *marketing*. Ed in merito ci tiene a precisare che *"...Si è creato un triangolo tra prevenzione, emotività e promozione. OSAB è una sostanza nutriente e preventiva per la quale la legislazione proibisce di scrivere sul suo foglietto "che cura anche l'osteoporosi". Commercialmente, la prevenzione non è interessante perché richiede molti investimenti in pubblicità. Ciò in parte sarà risolto nella reazione emotiva creata dalla bellezza dell'orchidea in fiore. Allora, retrospettivamente, il legame con la fondazione che si occupa di osteoporosi contribuirà a pubblicizzare il prodotto, creando al contempo fondi per la fondazione stessa"*.

E' nel citato divieto che si "pianta" il progetto di Karremans di *corporate giving*: giungere alla pubblicità del fiore, ma anche della componente nutritiva minerale, nella fattispecie, il silicio, che studi scientifici hanno dimostrato avere effetti benefici anche per l'uomo.

Karremans parte da un denominatore comune per creare un collegamento tra le orchidee e l'osteoporosi, che è scatenata dalla deficienza calcio nell'organismo. La

²⁴ Veggasi intervista integrale in Appendice

stessa deficienza, in agricoltura, costruisce la causa del 60% delle malattie. Precisa, infatti Karremans che *“dalle ricerche nella nostra azienda e nel nostro laboratorio di orchidee in Australia, imparammo l'importanza dell'acido di silicio. Capimmo, dopo vari studi, che quello che osservavamo nelle piante, doveva accadere probabilmente anche negli uomini e animali. Applicando l'acido di silicio alle piante, abbiamo aumentato la resistenza naturale di esse, con una notevole riduzione dell'uso di pesticidi, in modo da produrre più fiori, frutti e alimenti di migliore qualità. I metodi moderni dell'agricoltura e la produzione industriale degli alimenti, ha minimizzato la presenza dell'acido di silicio nei nostri cibi”*. Suggerisce, quindi, due modalità per il superamento di tale criticità e, cioè, *“per ridurre l'insufficienza d'alcuni valori nutritivi si può ricorrere a nutrienti supplementari, ma la soluzione migliore sarebbe fare un passo indietro nei nostri modi di coltivazione e renderla più ecologica”*.

E senza nascondere la sua strategia di *marketing* a beneficio dei prodotti sopra richiamati *“penso di avere qualcosa in cui poter credere e dare il mio piccolo contributo per rendere il nostro pianeta un luogo migliore”* afferma soddisfatto Karremans. *“Madre natura mi ha dato bellissime orchidee con cui educarlo mentre lo sfruttamento egocentrico da parte del genere umano, delle risorse naturali lo ha portato in guerra con la natura, una guerra che sarà persa. Dal canto mio mi piace usare questo dono della natura per aiutare l'umanità a rinsavire. Sono convinto che questa opera abbia più senso del mio sogno, quando ero giovane, di diventare missionario. Emotivamente con il mio progetto mi sento più un missionario che un uomo d'affari”*.

Pertanto, l'imprenditore di origine olandese, anche grazie alla *partnership* con F.I.R.M.O., persegue contemporaneamente più obiettivi:

- cura la crescita dell'orchidea "Raffaella" attraverso un delicato e complesso programma d'ibridazione. L'esito dovrebbe presentare una varietà di fiore bianca pura, della famiglia *BeauSil Orchid Family*;
- fa attività promozionale di prodotti a base di l'acido silicico stabilizzato della famiglia OSAB;
- costruisce il capofila dell'iniziativa "Un'orchidea simbolo di vita" delle giornate del 26-27 maggio e 21 ottobre, unitamente ad altri produttori di orchidee olandesi, che ha coinvolto nell'iniziativa;
- soddisfa, attraverso attività correlate alle attività promozionali sopra elencate la sua vocazione al sociale, a dare una mano alla collettività.

Il futuro

La Fondazione ed i suoi protagonisti prevedono l'eccellente riuscita della progetto a lungo termine legato a F.I.R.M.O.. I successi legati alla sua presentazione ed alle prime apparizioni pubbliche non sono destinati a rimanere casi isolati, ma promettono sorprendenti sviluppi. D'altra parte il *tam tam* dei messaggi positivi e realistici proposti dal presidente della fondazione evidenziano un elevato livello di *feedback* tra tutti gli *stakeholder*. Molti sono i partner che hanno risposto ai primi appelli di sostegno. Karremans non è e non sarà più da solo con Mario Becagli a sostenere la Fondazione ed i suoi programmi. Ben presto con l'ultimazione del laboratorio e l'insediamento dei ricercatori cominceremo a godere degli esiti promessi. Ma la fiducia maggiore va sicuramente riposta nel programma (in)formativo predisposto per la scuola. "CRESCERE FORTI E SANI", reso fruibile e piacevole nei contenuti, assolverà ad un duplice compito: da un lato informerà i giovani utenti sull'importanza delle ossa e dell'attenzione che ad esse è opportuno dedicare, attraverso una dieta alimentare adeguata e attraverso il movimento, dall'altro, ed è l'aspetto che ritengo più importante, rappresenta un potenziale strumento formativo. Come ho già avuto modo di citare

Tiziano Terzani diceva che camminando ci si accultura ed io aggiungo che i bambini ed i ragazzi hanno innanzi a loro un lungo cammino, rappresentano la speranza per la realizzazione dei nostri *progetti secolari*. Su di loro, infatti, vanno polverizzati i semi della cultura anche del settore in argomento. La loro crescita formativa, porterà alla creazione di nuove menti illuminate nel settore medico e della ricerca scientifica che si avvicineranno allo studio di malattie metaboliche e delle ossa. Paolo Legrenzi scrive che “*per creare i vertici della classifica mondiale dei tennisti, dove svettano pochi campioni, ci vogliono milioni di dilettanti sconosciuti. Questa struttura ad iceberg, dove pochi divi sono sorretti da una massa che sta sotto la superficie, è tipica di tutte le scienze e le arti*”. Tale affermazione vuole evidenziare che il successo non può essere frutto solo di improvvisazione o di una trovata intuitiva del singolo, tanto meno in campo medico, ma rappresenta il risultato della sedimentazione di semi di cultura, depositati da menti responsabili e resi fruibili alla platea di *partner* accomunati da un sentire comune: il bene dell’umanità.

Grazie Maria Luisa, grazie F.I.R.M.O..

“...Ma egli ...disse a Gesù: e chi è il mio prossimo?”

Gesù rispose: un uomo scendeva da Gerusalemme a Gerico, e si imbattè in ladroni che lo spogliarono e ferirono e poi se ne andarono, lasciandolo mezzo morto.

Ora, per caso, un sacerdote scendeva per quella stessa strada; e lo vide, ma passò oltre dal lato opposto.

Così pure un levita, lo vide ma passò oltre dal lato opposto.

Ma un samaritano che era in viaggio, passando di là, lo vide e ne ebbe pietà;

avvicinatosi, fasciò le sue piaghe, versandovi sopra olio e vino;

poi, lo mise sulla propria cavalcatura, lo condusse a una locanda e si prese cura di lui.

Il giorno dopo, presi due denari, li diede all'oste e gli disse; prenditi cura di lui; e tutto ciò che spenderai in più, te lo rimborserò al mio ritorno.

Quale di questi tre ti pare essere stato il prossimo di colui che si imbattè nei ladroni?

Quegli rispose: colui che gli usò misericordia. Gesù disse: va', e fa anche tu la stessa cosa.”

(Vangelo di Luca 10, 29-37).

GIOVANNI BERTAGNA E IL PHILOCAFE’.

Nel mese di ottobre del 2006 è stato inaugurato nei pressi della cittadella dei focolari di Loppiano il polo artigianale Lionelli Bonfanti.

Il polo attualmente ospita 15 realtà economiche aderenti ai dettami della Economia di Comunione, ma il numero secondo i promotori, è destinato ad aumentare.

Tra le aziende già insediate “*PHILOCAFE srl*”.

La società, in linea con i precetti Edc, ha come oggetto dell'attività la gestione di punti vendita di prodotti tessili, ma anche punti di ristoro²⁵.

Lo *slogan* riportato sull'opuscolo pubblicitario predisposto presenta *Philocafè* come “...uno spazio originale e polifunzionale a due passi da Firenze che unisce un nuovo punto lana, una ricca libreria ed una pasticceria artigianale..”.

Da ciò appare evidente che trattasi di una realtà dinamica e polivalente dove poter acquistare gomitoli di lana, piuttosto che dei capi in lana, dove seguire corsi di maglieria, magari facendo uno spuntino ovvero sorseggiando del the’ “ ...un punto d'incontro per interessi diversi ...un'occasione unica per mettere in comune capacità e conoscenze ...” affermano i fondatori.

L'idea e la realizzazione di “*Philocafè*” appartiene ai coniugi bresciani Giovanni Bertagna e Giuliana Zubani.

Giovanni Bertagna è stato, fino al 2005, amministratore delegato della società di famiglia *Bertagna Filati s.r.l.* con sede in Brescia. L'attuale assetto della Bertagna Filati vede presidente la moglie, Zubani Giuliana ed amministratore delegato, la figlia, Paola Bertagna. La società è operativa da quasi 20 anni nel settore dei filati di aguglieria, sia classici che fantasia. L'azienda si occupa della lavorazione di fibre pregiate (alpaca, cashmere, mohair etc). In una sede produttiva di più di 2000 mq di superficie è attuato

²⁵ Società a responsabilità limitata costituita in data 12.10.2006, con sede in Incisa Valdarno (FI), loc. il Burchio, via Pian dell'Isola. Nello statuto societario è stabilito:

- al Titolo II – OGGETTO – art. 4 “...la società ha per oggetto la gestione di punti vendita al dettaglio ed al commercio di filati e manufatti, di prodotti tessili, corsi di maglia e tutto ciò che concerne il fai da te, la gestione di punti di ristoro, bar con tavola calda, gestione di casa vacanze” e che “intende perseguire i propri fini istituzionali attenendosi a principi di gestione, coerenti con il progetto di Economia di Comunione nella libertà”.
- Al Titolo VII – BILANCIO ED UTILI – art. 20 “..Gli utili netti di esercizio, vengono suddivisi come segue:
 - il cinque per cento, da accantonare a Riserva legale fino al raggiungimento del minimo previsto dalla legge,
 - il trenta per cento, da assegnare ad un fondo speciale di solidarietà, per far fronte ai bisogni delle persone indigenti. L'individuazione dei beneficiari del fondo e la sua devoluzione avverrà nei modi e nei termini fissati di volta in volta dall'assemblea,
 - sulla destinazione dell'utile residuo, e fatti salvi i limiti di legge, delibera l'assemblea che approva il bilancio”.

un moderno ed efficace controllo di qualità. Il volume d'affari si aggira intorno al milione di euro di cui la metà afferente a cessioni all'estero (Germania, Austria, Danimarca, Finlandia, Islanda, Stati Uniti, Cina, Australia, Canada). Anche la Bertagna Filati è fedele alla radice culturale dell'Economia di Comunione.

I coniugi Bertagna entrano in contatto con la spiritualità del movimento dei Focolari alla fine degli anni '70. Inizialmente, l'approccio con i focolari era totalmente intimo e personale, disgiunto dalla loro attività imprenditoriale. Tuttavia afferma il Bertagna *"..ci siamo trovati a condividere casa, macchine, tempo e tutto ciò che eccedeva dal nostro bilancio familiare..."* ed aggiunge *"..tutto ciò però solo a livello personale, non riuscivo a portare nell'azienda paterna questo modo di vivere, creando in me e in chi mi circondava tensione e malcontento"*. Le scelte private di Giovanni Bertagna erano viste con disappunto, se non addirittura osteggiate, dal di lui padre, fondatore dell'azienda tessile di famiglia.

Dopo il lancio da parte di Chiara Lubich nel maggio del 1991 dell'idea dell'«economia di comunione», Giovanni Bertagna ha lasciato l'azienda di famiglia ed insieme a Giuliana ed alcuni collaboratori interessati in varie forme al progetto, ha creato una piccola azienda nel settore tessile, la Bertagna Filati srl con sede a Brescia.

La società si presenta oggi come una organizzazione produttiva snella. Opera per il 90% attraverso lavoratori esterni (terzisti), con i quali ha instaurato un eccellente rapporto, sono considerati non rivali da sfruttare, ma indispensabili *partner*.

E' un'azienda di piccole dimensioni, che occupa 7 collaboratori. Il modello gestionale adottato è tutt'altro che piramidale.

Le risorse umane impiegate partecipano attivamente alle attività di pianificazione delle scelte aziendali, fornendo il loro apporto in termini di osservazioni e suggerimenti.

Il modello di *governance* è risultato vincente per Bertagna Filati ed ha contribuito a garantirne la continuità.

“Questi 15 anni della nostra esperienza personale e comunitaria sono venute in evidenza tre scelte che per noi sono fondamentali per aderire al progetto di E.diC.:

1° attingere sempre con maggior vigore alla spiritualità del Movimento dei Focolari da dove trae origine l’idea;

2° fissare come obbiettivo prioritario la comunione tra le varie componenti aziendali;

3° educarsi, non solo personalmente, ma in una visione sociale alla cultura del dare.

Quando nel settembre del 2004 abbiamo sentito Chiara Lubich in un suo straordinario discorso sul progetto “EdiC” abbiamo avvertito nel nostro cuore la spinta di trasferire parte della nostra azienda nel nascente polo produttivo (Polo Lionello) vicino alla cittadella di Loppiano” precisa Giovanni Bertagna.

Giovanni Bertagna, ha collegato la nascita della nuova realtà societaria “*PHILOCAFE’* srl” anche alla profonda crisi del settore tessile, sia in ambito produttivo che distributivo. *PHILOCAFE’* ha rappresentato per la famiglia Bertagna l’interpretazione dell’evoluzione del mercato e del loro nuovo modo di vivere e interpretare l’Economia di Comunione.

Secondo Giovanni Bertagna *“nell’Economia di Comunione la vita precede la teoria: essa, com’è noto, non è nata da un progetto studiato a tavolino, bensì dall’esigenza di dare una risposta immediata e concreta all’indigenza. Chiara Lubich, ispiratrice dell’idea, e poi gli imprenditori e le moltissime persone che da subito hanno risposto con generosità ed entusiasmo, mettendo in comune i propri talenti, competenze e risorse affinché potessero nascere le prime imprese, sono stati mossi senz’altro da una eccezionale spinta interiore, che però si radica in una fondamentale scelta di vita, in una spiritualità di comunione, scaturita dalla riscoperta del Vangelo sotto la luce del Carisma dell’unità, una spiritualità che promuove quei valori fondamentali di fraternità, pace e solidarietà iscritti nel DNA di ogni uomo e per questo universalmente condivisibili.*

Anche per me, per noi, ogni uomo che incontriamo è un fratello da amare come noi stessi: è questa la scelta di fondo che ispira ogni nostra decisione e comportamento, anche in azienda”.

“Philocafè s.r.l.” è stata costituita da 8 soci e come già riportato nel proprio statuto è previsto che il 30% degli utili saranno depositati in un fondo di solidarietà e devoluti a progetti di sviluppo nelle zone del terzo mondo.

Con riferimento alla neonata realtà aziendale Giovanni Bertagna evidenzia il suo entusiasmo “..inizia così per noi una nuova avventura. A 65 anni ci rimettiamo in gioco per realizzare insieme ad altri l’affascinante e nello stesso tempo impegnativa sfida del progetto “ Economia di Comunione” per contribuire insieme a tutte le persone di buona volontà a realizzare la fraternità universale”.

I principi dell’Edc incarnano le caratteristiche fondamentali di Etica e di Corporate Social Responsibility ed in merito il Bertagna puntualizza che “il concetto di etica e la responsabilità sociale d’impresa con una peculiarità distintiva cioè che non si può pensare che si possano risolvere i problemi dei poveri senza sostenere qualche costo e sacrificio personale, lo sviluppo degli altri non può essere un effetto necessario del nostro sviluppo.

Dalla vita, dalle esperienze concrete delle aziende e di tutti gli attori coinvolti nel progetto EdC, emerge l’etica, vale a dire uno stile di vita specifico, che inventa sempre modi nuovi di tradurre l’amore al prossimo in scelte ed azioni concrete. Per questo motivo le aziende si sono proposte un bilancio sociale-ideale. Anche a proposito della Responsabilità Sociale d’Impresa si può dire lo stesso: la stessa “mission”, l’identità profonda e l’obiettivo di fondo di un’impresa EdC è di natura sociale, puntando alla promozione umana personale e collettiva a 360 gradi, ma ciò nasce già su un piano che precede e supera l’ambito aziendale, per cui l’impresa EdC si scopre, per così dire, socialmente responsabile, come conseguenza dell’orientamento di base che si impegna

a seguire”. Forte della sua esperienza personale il Bertagna disquisisce sulle conseguenze dell’attuale impostazione del mondo economico “.. *si produce ricchezza, sì, ma al tempo stesso aumenta in modo drammatico la povertà, non solo nel terzo o quarto mondo, ma anche all’interno delle stesse società cosiddette industrializzate – laddove le istituzioni pubbliche non intervengono con strumenti diretti o indiretti di redistribuzione del reddito. Oltretutto oggi abitiamo un mondo globalizzato, è un dato ormai acquisito dalla coscienza collettiva: forse in molti ci comportiamo ancora da individualisti, ma sappiamo bene tutti che, volenti o no, nelle nostre scelte e nelle nostre azioni condizioniamo e siamo condizionati quotidianamente dalle scelte e dalle azioni di milioni di altri uomini...*”. E propone l’E. di C. come soluzione ovvero alternativa alle dinamiche fallimentari conseguenti l’adozione di sistemi ideologici ed economici che hanno dominato e in parte ancora dominano lo scenario internazionale “..*e’ un progetto che funziona proprio perché valorizza il meglio di ogni persona: la sua irripetibile individualità e la sua straordinaria capacità di stabilire relazioni di reciprocità con gli altri*”. Fornisce anche la definizione di cultura del “dare” “..*è la cultura dell’amare. Si dona perché si ama: è l’amore che rende il dono davvero tale, gratuito e disinteressato. L’amore evangelico scelto e vissuto per abito preso; è il proposito che si fa ogni mattina, appena svegli: vivere così tutto il giorno. Si capisce che ogni tanto si inciampa, si ricade nell’egoismo, si incappa nei nostri limiti....ma ci aiutiamo a ricominciare, sempre. Chiara porta l’esempio degli atleti, che si allenano con costanza e dedizione...con l’allenamento il dono diventa stile di vita e uno stile di vita condiviso da molti genera una cultura. Ecco perché parliamo di “cultura del dare”: è quanto cerchiamo di vivere insieme a Chiara e agli aderenti al Movimento dei focolari. L’Economia di Comunione è scaturita da questa vita, ne è l’espressione in ambito economico*”.

E' sicuramente prematuro dare giudizi sulla scelta creativa di *Philocafé*, ma appare evidente che questa “nuova creatura” affiancando l'altra azienda di famiglia, Bertagna Filati srl, non potrà che condividere l'esperienza, la matrice culturale e le capacità manageriali dei fondatori.

Sulla scorta del materiale acquisito, non può che essere riconosciuto, al momento, alle imprese aderenti al modello di impresa EdiC, tre importanti caratteristiche:

ETICITA': per l'imprenditore E.diC. l'attenzione per il prossimo rappresenta un presupposto indispensabile, nell'esercizio d'impresa;

FILANTROPIA: statutariamente previsto, seppure nella libertà, l'aiuto a chi ne ha bisogno;

CREATIVITA': presentano una originale alternativa alle logiche classiche di mercato, coniugando esigenze economiche, con gli aspetti altruistici di cui ai punti precedenti.