

Mimma Spinelli replica a Mario Galasso e “difende” San Patrignano



Il sindaco di Coriano, Mimma Spinelli, "difende" San Patrignano

La dichiarazione di Mario Galasso sulla Comunità di San Patrignano non è affatto piaciuta al sindaco di Coriano, **Mimma Spinelli (foto)**. Ecco il punto. L'attuale assessore provinciale ai servizi sociali ne ha parlato ieri sulle colonne del quotidiano locale *La Voce* definendola “una comunità chiusa, quasi impermeabile all'esterno, autoreferenziale, e con la quale un dialogo è difficile”. Ma sono parole, dichiara la Spinelli alla piazzarimini.it anticipandoci i contenuti di una nota stampa – “di chi, evidentemente, vive poco il territorio e conosce poco di quanto la comunità fa per esso”.

Per mettere in risalto la presenza attiva e costante nel corianese della Comunità fondata da Vincenzo Muccioli nel 1978, Mimma Spinelli mette sul tavolo le principali attività svolte: la compagnia teatrale presenta la prima di ogni spettacolo alla cittadinanza all'interno del Teatro Corte, la

riapertura della biblioteca di Ospedaletto è potuta avvenire grazie alla presenza di due volontari di San Patrignano, le iniziative enogastronomiche locali dove la Comunità è spesso presente. Inoltre – dice la Spinelli – il territorio beneficia, e non poco, dell'indotto creato dalla comunità che si rifornisce da tante aziende della zona e che, con i suoi dipendenti, offre tante opportunità lavorative a persone della provincia.

“Come se non bastasse – dichiara la Spinelli – mi stupisco che Galasso, assessore provinciale ai servizi sociali, si sia dimenticato che San Patrignano ha al suo interno una casa alloggio per malati terminali di Aids, convenzionata con l'Asl di Rimini, attraverso cui si fa carico di tante persone residenti nella provincia che nulla hanno a che vedere con la comunità.” Non bisogna poi dimenticare – dice ancora il sindaco di Coriano – il valore sociale che San Patrignano rappresenta per centinaia di tossicodipendenti provenienti da tutta la provincia e ospitati gratuitamente e per le attività di prevenzione dalle dipendenze messe in atto all'interno delle scuole. “E tutto ciò si può definire chiusura?” conclude la Spinelli. **(B.R.)**

Cibo, tre incontri al "Savioli". Le anticipazioni

Da domani 5 febbraio al 7 presso l'Istituto Alberghiero "S. Savioli" si svolgerà un ciclo di incontri dal titolo "Da chef per gli chef". Le lezioni saranno principalmente rivolte agli operatori del settore alberghiero di Riccione, Misano Adriatico e Cattolica e si articoleranno in tre giornate per tre differenti argomenti culinari, in cui docenti specializzati proporranno un aggiornamento sulle nuove tendenze e sull'evoluzione del gusto, con un focus particolare sulle nuove idee che nascono in cucina.

Ecco **alcune anticipazioni sul programma**: martedì 05 febbraio 2013 dalle ore 09.30 alle ore 11.30 – replica dalle ore 15.00 alle ore 17.00 "Il Buffet Salato: costo od opportunità? Gusto, fantasia ed efficienza nella Ristorazione Alberghiera". Docente: Chef Executive Unilever Food Solutions Roberto Di Benedetto. Mercoledì 6 febbraio 2013 dalle ore 09.30 alle ore 11.30 – replica dalle ore 15.00 alle ore 17.00 "Il Buffet Dolce: Semplici e facili soluzioni di grande successo". Docente: Chef Executive Samuele Zani. Giovedì 7 febbraio 2013 dalle ore 15.00 alle ore 17.00 "Carne e affini: controllare la spesa e valorizzare il gusto". Docente: Maestro Macellaio Donato D'Aurizio.

L'iscrizione è gratuita e a numero chiuso. Il ciclo di incontri è organizzato dalla Unilever Food Solutions in collaborazione con l'agenzia Antium Eventi Srl. Per informazioni e prenotazioni contattare Lorenzo Colombo al 393.9297709 oppure inviare una mail a lorenzo.l.colombo@unilever.com (M.Z.)

L'ANALISI Crisi economica, come ripartire. di Astorre Mancini



Astorre Mancini,
avvocato e
vicepresidente
associazione Figli
del Mondo

di ASTORRE MANCINI *

La presenza a Rimini del prof. Mauro Magatti, economista e sociologo tra i più influenti nel Paese – invitato il 9 novembre scorso dall'Associazione Figli del Mondo – ha consentito di fare il punto sulla persistente crisi economica, entrata ormai nel suo quinto anno, che anche nella nostra provincia ha messo in ginocchio decine di piccole e medie imprese. L'analisi di Magatti è tra le più ricche e profonde ed ha il pregio di indagare l'origine della crisi e di fornire

indicazioni concrete agli operatori economici, spesso smarriti in merito alle soluzioni da mettere in campo.

La riflessione muove dall'assunto per cui versiamo in una crisi sistemica del capitalismo, che ha esaurito il ciclo economico ricompreso tra il 1970 ed il 2010; la forma capitalistica ha avuto indubbiamente il merito storico di saper "interpretare" le esigenze dei cittadini di allora, introducendo paradigmi d'impresa adeguati al loro soddisfacimento; in particolare, a partire dagli anni '70 il mondo economico ha saputo cogliere il forte bisogno di libertà e di individualità espresso dalle nostre comunità occidentali, e cioè quell'esigenza di autorealizzazione di sé che ha aperto la via all'"era dell'iperconsumo" (Lipovetsky, 2009) giunta fino ai nostri giorni. Per tutto quel periodo i sostenuti aumenti di produttività hanno reso possibile un'offerta crescente di prodotti e servizi a prezzi accessibili a numerose fasce sociali, offerta a cui corrispondeva una domanda aggregata in continua espansione, grazie all'aumento dei salari e della spesa pubblica.

Oggi ci troviamo di fronte all'esaurimento di questo ciclo capitalistico che ha mostrato il suo limite – ciò si dica senza ideologismi o giudizi di valore – rappresentato da un lato dal progressivo esaurimento delle risorse energetiche ed ambientali, che ha sancito l'insostenibilità di gran parte degli stili di vita affermatosi in Occidente, e dall'altro lato dalla saturazione dei mercati, curiosamente non impedita ma agevolata dalla globalizzazione dei processi economici, nell'ambito di un mutato quadro di sensibilità sociali. Che detti elementi – esaurimento delle risorse e saturazione dei mercati – siano fattori di criticità del modello di sviluppo affermatosi negli ultimi trent'anni, lo cogliamo tutti noi in modo intuitivo: è ormai diffusa la convinzione che non torneremo più ai livelli di consumi del 2007, come pure è opinione comune che l'offerta di mercato di beni e servizi sia giunta a livelli tali da essere destinata ad un forte

ridimensionamento e ad una modifica qualitativa della stessa.

Se così è, una nuova sfida attende il capitalismo: la crisi è destinata ad essere superata solo quando gli operatori d'impresa sapranno cogliere i nuovi bisogni e le nuove aspettative dei cittadini/consumatori di oggi, mettendo in campo modelli di business che rispondano in modo innovativo a tale mutato quadro di richieste sociali. Oggi le nuove sensibilità diffuse indicano la creazione di "valore condiviso" come possibile risposta alla crisi, nella convinzione che il nostro benessere, individuale e collettivo, non dipende più tanto dall'ampliamento degli spazi di autoaffermazione, già acquisiti a sufficienza, quanto dalla capacità di mettersi in relazione con le esigenze espresse dagli altri, dai collaboratori, dai consumatori e clienti, dai fornitori, dal contesto sociale e territoriale in cui ciascun soggetto economico opera.

Del resto la forma capitalistica nel corso dei decenni ha mostrato indubbe capacità di adeguarsi al variare delle sensibilità culturali e delle istanze sociali, e non vi è motivo perché non accada nuovamente attraverso la nota "sequenza del ciclo economico": 1) mutamento delle sensibilità culturali, 2) internalizzazione da parte delle imprese delle richieste sociali che possono essere rese compatibili con la produzione e la creazione di nuovi business, 3) cambiamento dei modelli di business.

Ora dunque le aziende si trovano di fronte al compito di innovare i modelli d'impresa prendendo atto del passaggio da una fase di forte individualismo ad una fase di rinnovate esigenze sociali ed ambientali dei cittadini/consumatori, nell'ambito di una ridefinizione dell'idea di sviluppo intesa come "valore di contesto", che possa dare soddisfazione ai bisogni in precedenza dimenticati: qualità dell'ambiente e qualità delle relazioni umane, in prospettiva anche extrafinanziaria e con un orizzonte temporale che si sposta sul lungo periodo.

La ripresa del “valore di contesto” entra così nel core business dell’impresa, riplasmandone le strategie e valorizzando le risorse umane, sociali e ambientali, e fa di tale valorizzazione un elemento non solo distintivo ma un business in sé capace di dare impulso ad un nuovo ciclo economico.

*Avvocato, vicepresidente associazione Figli del Mondo

© RIPRODUZIONE RISERVATA

LA STORIA Angelo Sartoni, commercialista a Mosca



ESTERO Angelo Sartoni segue gli interessi di una trentina di imprese italiane. Lavora a Mosca

Angelo Sartoni nove anni fa è ad un bivio. Lavora in una famosa banca d'affari internazionale a Milano. Vorrebbe fare un'esperienza all'estero di un annetto. Ha due strade davanti:

Londra o Mosca. Sceglie la seconda. Ricorda il bocconiano uscito col massimo dei voti a 23 anni: "A Londra sarei stato uno dei tanti italiani. Nel 2008, causa la crisi economica che investe il mondo, la finanza ordina di vendere gli investimenti in rubli. Sartoni opera per una banca d'affari russa, piazza obbligazioni private e sovrane (il debito dello stato russo). E' l'anno della sua svolta. Racconta: "Vendevò titoli russi per italiani, svizzeri, inglesi, sammarinesi, eccetera. Solo che nessuno più voleva investire; c'era ancora la paura del default, l'insolvenza, russa del '98. La Banca centrale cerca di difendere il sistema, ma, come dice George Soros, non c'è nessun istituto centrale più forte del mercato. In questa situazione mi chiedo: 'E ora che faccio?'. Ho un momento di crisi personale, anche se nella mia natura c'è il piacere della sfida. Di lottare. Di fare."

"Analizzo il mercato – continua Sartoni -. Mi chiedo quali sono le mie competenze. Le metto in fila: la conoscenza del mercato, i fondamenti legali, la lingua e tante relazioni. Mi si accende la lampadina: potrei offrire servizi alle aziende italiane che cercano di entrare nel mercato russo. Messa così, fila tutto liscio. Creato la mia azienda; la chiamo con un nome benaugurante, "Alba Consulting", come l'inizio di un nuovo mattino".

Siamo nel 2010. Oggi, lo studio annovera sei dipendenti, tutte donne. E copre tutti i servizi che servono alle imprese straniere sul mercato russo. Sartoni: "Il primo ad essere sorpreso della crescita della mia società sono io stesso. Capisco che ci voleva un interlocutore professionale che conoscesse bene la realtà locale. Però. Il titolare di un'azienda bolognese, si complimenta così: "Non solo ho trovato uno che sa la mia lingua, ma capisce e parla anche il mio dialetto!". Sartoni, con la sua Alba Consulting, è uno dei 5/6 studi commerciali italiani che hanno uffici a Mosca e che seguono le piccole e le medie imprese del Belpaese; le grandi quando sbarcano, lo fanno in grande stile e con tutti i

crismi. Ma il misanese è l'unico che ha vissuto a Mosca e che ne conosce i meandri e le abitudini. Gli altri sono più che altro emanazioni di strutturati studi commerciali che hanno sede in Italia. Alba Consulting aiuta ad aprire società, tiene la contabilità, offre supporto legale, sbrogia i permessi burocratici, si occupa di contenziosi.

Sartoni: "E' stato difficile ed impegnativo trovare i clienti. Mi sono dato da fare; ho portato il mio nominativo all'ambasciata, alla Camera di Commercio a Mosca, all'Ice (Istituto commercio estero). Poi c'è stata la forza del passaparola. La base di quanto costruito finora è la competenza, la correttezza professionale, l'onestà. E un po' di fortuna, naturalmente, e molta tenacia. Ancora oggi, poiché sono il più piccolo, sono quello che deve correre di più: offrire un servizio migliore al prezzo più basso". Sartoni cura gli interessi di imprese in ambiti diversi: dall'ingegneria nel settore energetico e petrolifero, al tessile-abbigliamento, all'arredamento, all'artigianato di qualità. Ha sostenuto il cammino di un'impresina toscana che aveva vinto la gara d'appalto per restaurare le icone; di un'altra azienda toscana che ricopre con foglioline d'oro zecchino le bellissime cupole delle chiese. Tra i suoi clienti anche alcuni marchi delle nostre zone: Scavolini e Berloni di Pesaro, Fom di Cattolica, Bicma di Mondaino.

In questa crisi economica, che per l'Italia è prima ancora crisi di valori, come afferma ad ogni pie' sospinto il riminese Stefano Zamagni, tra i massimi economisti al mondo, gli imprenditori italiani in Russia cercano opportunità. Nei primi quattro mesi del 2012, le aziende curate da Angelo Sartoni sono raddoppiate. Ma come accolgono i russi il made in Italy? Sartoni: "I russi letteralmente adorano tutto ciò che è italiano. Vogliono mangiare italiano, vestirsi italiano, ed in generale vivere con lo stile italiano. I corsi di lingua italiana sono sempre affollatissimi. Magari a volte dentro di me penso che forse ci sopravvalutano un po', pero' in fondo fa

piacere vedere tanta ammirazione per il nostro Belpaese, soprattutto in questo momento. Diciamo che il mercato russo è vicino (solo tre ore di volo), e molto ricettivo verso i nostri prodotti, ma non è facile comunque cogliere quanto sopra da un punto di vista imprenditoriale. Il cliente va seguito bene ed è molto esigente. Anzi, esigentissimo. Richiede serietà e tanta perseveranza. Insomma, non è un mercato da disneyworld”.

© RIPRODUZIONE RISERVATA