

---

## Bertola, fare impresa per il bene comune

**Autore:** Claudia Di Lorenzi

**Fonte:** Città Nuova

**Resilienza in tempo di crisi. Intervista a Livio Bertola, presidente dell' AIPEC, Associazione Italiana Imprenditori per un'Economia di Comunione. «Anche nelle difficoltà c'è del positivo perché le crisi servono per andare più lontano, per farci capire e meditare»**

Il 58% dell'economia mondiale è in pericolo, **il 17% delle imprese è sopraffatto dalla crisi e il 14% subisce un netto calo o forti cambiamenti nella domanda dei consumatori**. È il ritratto della crisi economica innescata dalla pandemia da coronavirus, secondo uno studio della società *Simon-Kucher & Partners* rilanciato dal *Corriere della Sera*. **Un quadro a tinte fosche** i cui contorni sono necessariamente indefiniti. In questo tempo sfidante per le imprese, ci si chiede se sia ancora possibile declinare i principi di un'economia improntata alla comunione, la gratuità e la reciprocità. Ne abbiamo parlato con **Livio Bertola**, Presidente dell'AIPEC, una rete nazionale di imprenditori che si ispirano ai valori dell'economia di comunione (EdC). **Questa crisi mette ha messo in crisi i valori delle vostre imprese?** I principi dell'EdC sono particolarmente validi oggi, perché questo momento di difficoltà ci fa capire più che mai che siamo interdipendenti e che dobbiamo unirici, fare rete per costruire rapporti di fraternità. Come AIPEC, per quanto ci è possibile, cerchiamo di aiutare altre associazioni, altri gruppi, movimenti, mettendo in pratica quello che Chiara Lubich ci diceva: se il Vangelo ci esorta ad amare "il prossimo tuo come te stesso", allora ci è chiesto anche di amare l'azienda altrui come la propria. Cerchiamo di vivere quella che lei chiamava la "cultura del dare", certi che questo donarsi agli altri genera reciprocità e porta alla comunione, all'unità. **È a capo di un'azienda che produce componenti di auto e moto. Che esperienza state facendo in questi mesi?** Nonostante le difficoltà finanziarie stiamo aiutando tutte quelle persone - fra personale e fornitori - che sperimentano le maggiori difficoltà. Abbiamo dato permessi a lavoratori che hanno i bimbi piccoli, o a un dipendente che presta servizio presso la Croce rossa, e abbiamo anticipato somme di denaro a collaboratori che non ce la fanno. Pochi giorni fa abbiamo deciso di aiutare alcuni fornitori nell'acquisto di attrezzature, e cerchiamo di avere ottimi rapporti anche con i concorrenti: con alcuni facciamo insieme lavori importanti e ci aiutiamo. In questo periodo di crisi poi vogliamo dare un messaggio forte contro la cultura dello scarto, perché non è possibile scartare prodotti, e dunque spreca lavoro ed energie, per una presunzione estetica o soggettiva: è contro l'ambiente ed è antieconomico. Cerchiamo di promuovere questo atteggiamento anche a costo di rinunciare a qualche commessa. **Fra gli imprenditori AIPEC sono molte le esperienze che parlano di resilienza?** La chiusura prolungata delle scuole ha creato difficoltà a molte famiglie. Per venire incontro alle esigenze dei suoi dipendenti con bimbi a casa un imprenditore umbro ha creato una "Kid's Room" cambiando destinazione d'uso alla sala conferenze, e mostrando così il volto accogliente dell'azienda. Inoltre, più soci AIPEC hanno deciso di affiancare alle attività abituali la produzione di prodotti igienizzanti da donare al territorio. Altri che hanno conseguito dei ricavi hanno donato una parte dei guadagni ad associazioni che aiutano bisognosi e persone in difficoltà. In molti poi hanno deciso di condividere gli spazi per risparmiare su affitti e utenze, e c'è chi ha deciso di affrontare le difficoltà puntando su una comunicazione positiva ed empatica capace di dar voce a paure e disagi, e chi piuttosto che ampliare la clientela e incrementare i profitti ha scelto di curare le relazioni imprenditoriali consolidate. Anche la scelta di assicurare ai dipendenti tutte le protezioni contro il possibile contagio ha rassicurato molti lavoratori. C'è poi l'esperienza di un imprenditore che ha sentito di voler richiamare l'attenzione sul rapporto fra l'uomo e l'ambiente, visto che la pandemia nasce da un salto di specie del virus, passato dall'animale all'uomo, e mette in luce - come dice Papa Francesco nell'Enciclica *Laudato Si* - che "tutto è connesso": per ogni cliente servito ha deciso, a spese proprie, di piantare un albero chiedendo ai clienti di dargli un nome, un'identità,

---

per dare vita pian piano ad un “bosco” di rinascita. Altre esperienze simili sono raccolte nell'[ebook gratuito](#) “L’impresa positiva. Buone pratiche aziendali di resilienza al tempo del coronavirus” disponibile sul sito dell’AIPEC. **Quali sono le parole chiave per uscire dalla crisi?** Direi appunto resilienza, ma anche coraggio e lungimiranza. Il coraggio di essere flessibili e di adeguarsi al nuovo. Mentre essere lungimiranti significa pensare al bene comune che è sempre a lunga scadenza, e quindi vuol dire essere disponibili ad operare perché altri in futuro traggano beneficio dal nostro lavoro. Chiara Lubich ci invita a vivere la “cultura del dare” e se vivi in questo atteggiamento non pensi al tuo tornaconto ma a preparare il terreno buono per chi verrà. È una questione culturale, ed è per questo che l’AIPEC promuove la formazione di imprenditori e amici sui temi dell’economia civile e di comunione presso la Scuola di Economia Civile e l’Università Sophia, a Loppiano (FI). **Passata l’emergenza sanitaria resta quella economica e molte aziende rischiano di chiudere. Cosa direbbe a questi imprenditori?** Direi quello che dico ai miei figli che lavorano con me e mi chiedono perché rischiare. Rispondo che la nostra è una vocazione, una chiamata, come per chi si sposa e ha dei figli. L’imprenditore non è uno speculatore, un mercenario, una macchina da soldi, ma una persona che vuole fare qualcosa di buono per la società e la sua azienda, che vuole operare per il bene comune. **Quali consigli darebbe agli imprenditori oggi?** Anzitutto credere che anche nelle difficoltà c’è del positivo perché le crisi servono per andare più lontano, per farci capire e meditare. E poi bisogna essere coraggiosi e sentirsi non proprietari dell’azienda ma amministratori, guardare alla propria impresa come a un bene comune da amministrare. Si pensi alla parabola dei talenti: ciascuno ha dei talenti che non sono propri e che è chiamato a far fruttare, avendo fiducia in quel socio occulto che è la Provvidenza. Se agisci con il giusto distacco dell’amministratore anche il fornitore o il concorrente se ne accorge e la Provvidenza arriva ad aiutarti.