



È l'ora del volontariato aziendale

La Strada: "Aumentano le richieste in zona, coinvolta anche la Cascina Nosedo"

La Strada, cooperativa sociale attiva nella periferia sud-est di Milano, torna a far parlare di sé per una delle novità che più sta caratterizzando il suo operato negli ultimi mesi. La Strada infatti, come altre organizzazioni del terzo settore, ha avviato programmi di volontariato aziendale caratterizzati da una sensibilità costante verso i bisogni specifici del territorio che dal Corvetto si estende fino al quartiere Forlanini. Per capire di più, interloquente naturale è stata la referente dell'iniziativa, Lisa Ghezzi.

È noto che dopo la crisi finanziaria del 2008 le imprese sono state progressivamente chiamate a puntare su etica, trasparenza e sostenibilità per orientare le scelte via via più avvertite dei propri consumatori. «È pro-

agli incarichi di natura relazionale (accompagnamento di anziani in gita, feste nei centri d'accoglienza, pomeriggi all'aria aperta con i giovani presi in carico dalle strutture afferenti), fino alla messa in comune di competenze specifiche, preziose, ad esempio, per la redazione di un curriculum o per un ripasso in vista di un'interrogazione importante. Ogni azione è pensata a beneficio di quel bacio di persone in condizioni di fragilità con cui La Strada è abituata a interfacciarsi.

Qualche dato: «Nel 2017 abbiamo sviluppato 36 iniziative con 9 aziende e un totale di 238 dipendenti, che hanno offerto 1.164 ore di volontariato a favore di oltre 380 dei nostri assistiti», specificano dalla cooperativa. Il tutto con una serie di vantaggi per ciascuna delle

chi ha smaltito le ringhiere del Centro Giovanile e chi ha simulato colloqui di lavoro: tra aule scolastiche, comunità e appuntamenti in gestione, sono davvero tante le occasioni in cui i lavoratori "in prestito" possono cimentarsi.

La riqualificazione della Cascina Nosedo, a ridosso del Parco della Vettabbia, è al centro degli ultimi accordi siglati da La Strada con una serie di ditte interessate a questi particolari percorsi di volontariato: anche questo ha permesso di salvare il casolare dal degrado in cui a lungo è stato costretto, fino a divenire una delle buone pratiche di maggior riferimento per il vicinato. La scorsa primavera è qui che, tra taglio dell'erba, piantumazione del verde, tinteggiatura e allestimento del pergolato, alcuni dipendenti di



Dipendenti Nielsen all'opera

prio sul ruolo e i valori sociali veicolati oggi da queste società che il volontariato aziendale poggia le sue radici», spiega la responsabile del progetto. «Con questo tipo di programmi - aggiunge - i dipendenti di realtà private offrono per un giorno il proprio impegno volontario, collaborando sul campo in uno degli ambiti di intervento della cooperativa, con la garanzia che le ore "donate" saranno normalmente retribuite dall'azienda in cui prestano servizio». Eppure, è risaputo, si fa presto a dire volontariato: «Anche su questo versante, così, abbiamo cercato di rimanere fedeli al nostro stile, nel segno dell'interazione fra chi dona e chi riceve, attraverso tre sostanziali tipologie di attività». Si va dalle opere manuali, fondamentali per restituire bellezza ai diversi ambienti frequentati dall'utenza,

parti coinvolte: quello del volontariato in impresa, infatti, è uno strumento che permette all'azienda di qualificarsi in positivo, sviluppando *team building*, legittimando il proprio operato a livello locale e contribuendo a motivare e soddisfare il personale, finendo così per generare un circuito di positività. «L'arricchimento è davvero reciproco - conferma Lisa - tanto che queste esperienze, oltre a rafforzare lo spirito di gruppo e il senso di appartenenza, portano spesso a ribaltare il proprio punto di vista, relativizzando le difficoltà del quotidiano a fronte di un'apertura verso il mondo delle onlus». C'è chi ha piantato fiori all'ingresso della sede di via Piazzetta e chi ha scaravetrato finestre, chi ha trascorso un pomeriggio con gli anziani e chi ha organizzato una caccia al tesoro per bambini,

Nielsen (azienda globale di misurazione e analisi dati, conosciuta in Italia per il sistema di campionatura dell'ascolto televisivo Auditel) hanno potuto dedicare una giornata intera alla nostra città. Due anni fa è stata invece la volta dell'arrampicata sportiva con gli adolescenti del centro diurno In-Presa, presso la palestra Rockspot di via Fantoli: un altro momento ad alto significato simbolico che, come dichiarato a QUATTRO da fonti interne al gruppo, «ha reso l'incontro con La Strada unico per tutti noi, tanto da sfociare in una collaborazione e in un'amicizia continuativa». Obiettivo pienamente centrato, dunque: nella "micro-città" cresce", senza dimenticare la ri-umanizzazione dei suoi tempi e dei suoi spazi, anche questo è possibile.

Emiliano Rossi

Casa della Biancheria
Tende a pacchetto, pannello e classiche con binario saliscendi.
Posa in opera gratuita.
Vasta scelta di biancheria per la casa
Piazzale F. Martini 1 - Tel/fax 02-55010620

Il prossimo numero di
QUATTRO
esce il giorno
7 novembre 2018

Mercato Morsenchio: una nuova avventura

«Come hanno risposto gli affittuari del Mercato Morsenchio al bando lanciato dal Comune per la riqualificazione della struttura di viale Ungheria e l'affidamento in concessione del mercato? Poniama la domanda a Sergio Monfrini, presidente Assofood e responsabile del Consorzio Morsenchio, nonché uno degli esercenti del Mercato.

«Sono perfettamente d'accordo a partecipare fin da quando abbiamo cominciato i colloqui per mettere a punto la collaborazione con il Comune. La cosa che ho sempre sostenuto e difeso era che ci dovesse essere una fattibilità del progetto e dovesse essere sostenibile dal punto di vista economico. Noi ci faremo carico di tutta la manutenzione straordinaria. Parteciperemo anche in presenza di altri soggetti e faremo del nostro meglio per vincere».

I fattori sui quali contano tutti gli esercenti è di avere l'opportunità e la capacità di rispondere velocemente a quelle che sono le esigenze del mercato commerciale, che oggi ha un ricambio incredibile «con le proposte di prodotti nuovi, il cliente un giorno vuol mangiare salustico e dopo qualche giorno cambia idea, cambiamenti che imprimono al mercato una velocità di rinnovamento continua e paurosa» - come la definisce Sergio.

Da non sottovalutare anche una gestione più dinamica, razionale, adatta ai tempi e non legata a regole e balzelli, in modo che questo tipo di Mercato «esca, non dal 1900, ma dal 1800 come è ora ed entrò nel XXI secolo» - puntualizza Monfrini, che qui gestisce una panetteria e che mentre racconta continua a preparare i panini da mettere in forno e amalgama pasta e burro per fare le *brioche*.

Il Mercato di Morsenchio, un tempo mappato come "El locho da Morsungia", è nato negli anni 60 quando vennero costruite le case dei ferrovieri e dei dipendenti Atm, e oggi ha un vasto bacino di utenza: dai pensionati alle casalinghe, a chi lavorando in altre zone al ritorno si ferma a fare la spesa. «Una rivista di cucina - interviene Sergio Monfrini - ha fatto un servizio su di noi ed è arrivata gente anche da altri quartieri». A riprova che il servizio e la qualità pagano. Un Mercato che non teme la concorrenza della grande distribuzione; il target del con-

sumatore è diverso e, fattore non indifferente, qui il rapporto umano è tangibile, invita a venire tutti i giorni a prendere quello che serve; si dialoga, ci si conosce, il negoziante ti consiglia, ti accontenta «se vuoi un arrosto da sette etti il macellaio ti dà sette etti. Al supermercato devi guardare tra le vaschette e non sempre trovi il peso che cerchi» - con-

visto fare sacrifici e stare dietro un banco è degradante rispetto agli studi che hanno fatto. Lavorare dietro un banco non è solo lavoro in sé, richiede attenzione; queste non sono botteghe, sono micro-piccole imprese a seconda del numero di persone occupate e quindi devi ragionare non come bottegaio, ma da imprenditore. Devi fare piani di investimen-



clude Monfrini. Un mercato dove trovi la merce fresca e, come afferma Sergio, «facciamo del nostro meglio offrendo un servizio di qualità, con prodotti di eccellenza, prodotti di nicchia, prodotti su misura». Uno degli esempi ai quali fa riferimento Sergio Monfrini sono i mercati esteri, luoghi ben organizzati che offrono al pubblico una serie di servizi eccellenti, e senza uscire dai confini nazionali un modello è il Mercato di Firenze che definisce «un fiore all'occhiello».

I numeri del Mercato: quanti esercenti e quante persone sono impiegate in questa struttura?

«Come detto, ci sono 14 titolari (i posti sono 20 ma diversi esercenti hanno due o tre spazi *n.d.r.*) e una media di tre impiegate: circa settanta persone. Rispetto ad altri Mercati abbiamo dei numeri molti importanti». Tra i diversi commercianti alcuni sono "storici" come uno dei due ortolani, il pescivendolo è qui dalla costruzione del Mercato, mentre altri hanno aperto "bottega" nell'88, il barista, seguito a ruota nel 1990 da Sergio Monfrini.

C'è stato ricambio nel tempo? e come vede un giovane al quale si offrisse la possibilità di rilevare uno spazio?
«Nel tempo ci sono stati diversi avvicendamenti e giusto a giugno è arrivato un secondo ortolano. I giovani vengono da una cultura dove non è pre-

sto, stare aggiornato col mercato, con le esigenze della clientela».

Come ben puntualizza da Monfrini, per questo lavoro ci vuole impegno, passione, non bisogna guardare l'orologio, molte volte il sabato e la domenica sono giorni come gli altri, e inoltre non ci si può improvvisare in questo settore: «Quando dai un prodotto, devi sapere cosa stai vendendo, conoscere il mercato e i prodotti, sapere cosa dare al cliente. Cose importanti e fondamentali».

Non rimane che aspettare l'uscita del bando, l'importo da accollarsi per chi ne uscirà vincitore non è indifferente trattandosi di un milione di euro a fronte però di una concessione ventennale, ma qui al Mercato di Morsenchio sono tutti fiduciosi di poter affrontare questa nuova sfida e i presupposti ci sono. «Noi aspettiamo - chiude la chiacchierata Sergio Monfrini - i passi li abbiamo fatti e li stiamo facendo per fare ciò che ci aspetta. Siamo sì delle imprese indipendenti, ma ci siamo messi a tavolino, fatto quattro conti, discusso e trovata una linea comune, dato il nostro contributo a livello di idee e di progetto: se remiamo tutti nella stessa direzione la barca va dritta». L'impressione è che i "rematori" abbiano già infilato i remi negli scalmi.

©Sergio Biagini



SPACCIO AZIENDALE CAFFE', CAPSULE E CIALDE

DI NOSTRA PRODUZIONE

Consegna gratuita a domicilio nella nostra zona

Viale E. Forlanini, 23 - 20134 Milano

Orari: dal lunedì al venerdì dalle 8.30 alle 13.00 e dalle 14.30 alle 18.00
Come raggiungerci: tram 27 - bus 45/73 e passante ferroviario fermata stazione Forlanini

info@caffeinca.it - www.caffeinca.it - Tel. 02 719018