

La sfida alla crisi dell'Italia che va Un "catalogo" per pensare positivo

di Foschini Paolo

MILANO — Immaginate nove tra pediatri e medici di base che si mettono insieme, fanno una Srl e aprono un poliambulatorio con le tariffe della mutua unite ai servizi della sanità privata, dieci ore al giorno sette giorni su sette: succede veramente in Liguria, ad Alassio, per iniziativa del dottor Francesco Bogliolo. Immaginate una quinta classe di istituto tecnico che si trasforma in una cooperativa di web design e marketing, in pochi anni comincia a produrre i più bei siti internet della Puglia e adesso dà lavoro a 19 diplomati più un numero crescente di collaboratori ancora studenti: succede all'Istituto «Costa» di Lecce, grazie all'intraprendenza del professore di informatica Daniele Marmi. Immaginate altre decine di storie come queste sparse ovunque, da Milano alla Sicilia, e forse comincerete a un'idea di un'Italia «diversa» da quella a cui si pensa di solito. Un'Italia forse poco raccontata e che però, evidentemente, non è solo possibile: c'è. La novità è che qualcuno, a parte raccontarli, adesso si è messo in testa di provare pian piano a connettere questi pezzi d'Italia tra loro e farli parlare e reagire per generarne altri e questi ultimi altri ancora: per questo l'hanno chiamata «generatività». E in questo consiste il progetto di «Genius Loci - Archivio della generatività italiana». Andatelo a vedere sul sito www.generativita.it: resterete sorpresi. L'idea è stata promossa e realizzata dall'Istituto Luigi Sturzo, al cui pensiero si ispira: di fronte alla **«divaricazione tra la vivacità del Paese reale e la sterilità delle dinamiche politico-istituzionali, causa principale della crisi economica e del degrado morale in cui l'Italia sembra intrappolata, occorre dedicare tempo e cura all'ascolto delle forze generative del Paese per dare loro parola»**. Questo secondo la sintesi del comitato scientifico promotore, che raccoglie un gruppo di cervelli dalla formazione più varia: accademici come il preside di Sociologia della cattolica di Milano, Mauro Magatti; imprenditori del sociale come Giovanni Dotti, presidente e amministratore delegato di Welfare Italia e altre; manager come Stefano Santini e Andrea Granelli, «consulenti dell'innovazione». Alcuni esempi per spiegare meglio la filosofia dell'iniziativa. Ecco spuntare l'associazione «Avvocato di strada», nata a Bologna nel 2007 e oggi con 19 sedi in tutta Italia, con la «mission» di fornire assistenza legale gratuita a clochard e homeless non solo a fronte di guai con la giustizia ma anche per ottenere documenti o far domanda per una casa popolare o accedere all'assistenza sanitaria. L'associazione è finanziata attraverso bandi pubblici e contributi di fondazioni bancarie. Ecco la cooperativa milanese «Dar Casa», che in verità esiste da vent'anni e oggi guidata dall'architetto Sergio D'Agostini che con un pool misto di volontari e dipendenti si propone di contribuire alla ricerca di soluzioni per chi una casa non ce l'ha e, più in generale, per i problemi comunque legati all'abitazione. L'idea chiave? Ottenere in affitto alloggi pubblici inutilizzati a causa del loro degrado, metterli a posto, riaffittarli a poco più del canone pubblico e usare la differenza per finanziare le ristrutturazioni. Finora con questo sistema sono già state recuperate oltre duecento case. E ancora: ecco Jonas, una onlus avviata nel 2003 e già arrivata in quattordici città, da Milano a San Benedetto del Tronto, per far scendere la psicoterapia dal pianeta elitario e talora costoso in cui tradizionalmente abita sino a un livello più alla portata di tutti. A Jonas, con obiettivi simili si sono nel frattempo uniti i progetti Dedalus per l'adolescenza e Giamburrasca per l'infanzia. Ancora. A Treviglio, in Lombardia, c'è una piccola banca con un Comitato etico che si occupa di housing sociale. Vicino ad Ancona c'è un'azienda di impiantistica che con 340 collaboratori fattura 45 milioni di euro e oltre a produrre le sue macchine è riuscita a mettere in rete e far crescere tante piccole fattorie marchigiane per ospitare clienti e fornitori stranieri. Ma va da sé che il Genius Loci è anche un archivio di idee: a volte complesse come il concetto di «Particolare universale» o di «Destatalizzare socializzando», a volte semplici quali «L'acqua come bene comune». Sempre all'insegna del principio per cui il positivo non può che «generare» altro positivo: basta partecipare.

I principi del progetto

Valore e intraprendenza 1 La generatività è dono, disponibilità a sopportare il rischio e la fatica di una scommessa mai garantita

Una visione inedita 2 La generatività è uno sguardo inedito sul mondo che trascende il dato di fatto, aprendo così strade innovative

Investire nei legami 3 Investire legami e significati condivisi: la generatività è un incessante ricostruire le condizioni della fiducia

Affettività e desiderio 4 La generatività muove la passione e l'affettività, ci apre agli altri e al mondo e ci libera dall'ansia

Sensibilità e premura 5 La generatività è sensibile al mondo circostante, esprime una premura sull'umano

Riformare il mondo 6 Compromettersi con il mondo per cambiarlo: la generatività trasforma dal basso

Resistenza e sacrificio 7 La generatività non fugge il conflitto, lo attraversa, non si arrende alle difficoltà

Sitografia

<http://www.labsus.org/> (laboratorio sussidiarietà)

Un progetto: l'albergo diffuso

Santo Stefano di Sessanio è un piccolo borgo incastellato incastonato nelle montagne dell'Abruzzo. Al centro dei flussi della ricchezza sotto la famiglia dei Medici, l'area conosce in seguito un progressivo abbandono. Daniele Kihlgren, filosofo e imprenditore, attraversando casualmente la zona, vede il borgo e se ne innamora. Decide così di avviare un progetto tanto ambizioso quanto geniale: trasformare Santo Stefano in un albergo diffuso destinato ad un turismo raffinato, sensibile alla bellezza e all'arte e in ricerca di luoghi in cui convivano armonicamente paesaggio naturale e antropico, passato e futuro, arte e tradizione. Nasce Sextantio che attira ben presto l'attenzione delle maggiori testate giornalistiche internazionali. In breve tempo i dati della ricettività alberghiera si gonfiano, i valori immobiliari crescono, altre attività economiche si aggiungono. È un'idea di sviluppo territoriale sostenibile, quella di Kihlgren, attenta al passato, minuziosamente recuperato e valorizzato, e al futuro attraverso la rinuncia all'edificazione. Daniele acquista altri 10 borghi nel Sud Italia in un crescendo di impegno non solo economico ma anche culturale e sociale.

La sua inesauribile spinta etica lo porta a interessarsi, dopo un viaggio in Africa, alla difesa del diritto alla salute per la popolazione rwandese, trovando una soluzione originale al problema dell'accesso sanitario per le fasce più deboli.

<http://www.italytraveller.com/it/z/sextantio-albergo-diffuso>

