

LA DONNA DEGLI ANACARDI: «CON COOPI HO CAMBIATO LA MIA IMPRESA»

(Sergio Bocconi)

Il progetto della Ong in Sierra Leone sostenuto da un'azienda familiare di Nerviano, Serena Caimano racconta come ha coinvolto i suoi dipendenti

I primi due container di anacardi grezzi sono stati consegnati nei giorni scorsi: in tutto 60 tonnellate che possono valere, secondo qualità del prodotto e cambio valutario, fra 36 e 60 mila euro, somma che rappresenta un beneficio economico considerevole per le 1.300 famiglie della Sierra Leone coinvolte nel progetto di cooperazione di Coopi, la ong (organizzazione non governativa) italiana fondata da padre Vincenzo Barbieri che dal 1965 ha aiutato più di 100 milioni di persone e oggi è presente in 28 paesi con 199 progetti umanitari riguardanti 2,6 milioni di beneficiari.

Un programma in parte finanziato dalla Ue e che ha come sponsor privato Pidielle, family company con sede a Nerviano che produce e vende cosmetici professionali per parrucchieri a marchio Elgon. Il «capo» di Elgon è una donna, Serena Caimano, figlia di Pietro Paolo e Doralice, che per oltre 25 anni hanno gestito l'azienda e ne sono i proprietari. Lei, che ha preso in mano le redini della società nel 2010 quando aveva 36 anni, poche settimane fa si è recata in Sierra Leone per un viaggio «di gemellaggio». Ha incontrato le donne (a cui è rivolta l'iniziativa), ha parlato e lavorato con loro, ha vissuto da vicino e toccato con mano cosa significa partecipare a «Un cuore per la Sierra Leone», il progetto di Coopi che proseguirà fino al 2020 con un intervento nel Nord del Paese, nei distretti di Bombali, Port-Loko e Kambia, dove la ong, già attiva nella realizzazione della prima fase, nel 2017 ha avviato la seconda. Coopi, con l'aiuto di Elgon, accompagna le donne in un percorso diviso in due parti ideali. Una, con distribuzione di piantine e attrezzi per coltivare, è dedicata alla formazione al lavoro con l'obiettivo di creare una filiera dell'anacardio: è del tutto voluto il legame fra cardo e cuore, che dà il nome al progetto ma è anche la forma — rovesciata — del frutto sgusciato.

L'altra, educativa e di alfabetizzazione anche su nutrizione, diritti umani (una percentuale elevata della popolazione femminile è ancora sottoposta a infibulazione, cioè a mutilazione genitale) e sul riconoscimento sociale della donna, che comprende anche il diritto di proprietà sui campi. In tutto partecipano 168 donne sulle attività finalizzate allo sviluppo reddituale, e mille in quelle relative alle campagne nutrizionali e di training: complessivamente le persone aiutate dal programma della ong sono 8.260 fra adulti e bambini. Dice Serena: «Siamo lì per creare lavoro e indipendenza. Durante il viaggio in Sierra Leone ho documentato tutto, con appunti personali, immagini e video realizzati da Silvano Pupella, fotografo che da tempo collabora con noi. E a Nerviano in una serata nello stabilimento ho condiviso con papà, mamma, mio fratello Lorenzo, e con i circa 100 dipendenti il patrimonio di volti che raccontano la vita, adulti che lavorano e bambini che

salutano sorridenti, colori dei vestiti e della terra, campi lavorati e cielo infinito». Non desidera soffermarsi, anche perché purtroppo facilmente immaginabili, sulle condizioni di vita e sulla sofferenza in uno dei Paesi più poveri del mondo (è 179esimo nell'Indice di sviluppo umano, indicatore che comprende dal Pil pro-capite alla speranza di vita e scolarizzazione).

Piuttosto racconta l'accoglienza riservata a lei e all'iniziativa («il lavoro dà senso, oltre al cibo»), la serenità che pur appare diffusa, i problemi di organizzazione che vanno affrontati in progetti del genere, la speranza che può dare l'anacardio «finora lasciato alla spontaneo favore del clima e del terreno e non coltivato anche perché il guscio è considerato velenoso». E sono proprio le buone condizioni climatiche ad aver suggerito di svilupparne la filiera in Sierra Leone: gli anacardi «per valori nutrizionali e percorsi mondiali del "food" sono "pregiati"». Però vanno lavorati: la parte esterna dev'essere rimossa prima che le «noccioline» siano idonee al consumo. Occorre una tecnologia adatta, assente in Sierra Leone e che il compratore, l'olandese Tdg (Trade & development group, promotore in Africa di economia e commercio equo-sostenibili) mette a disposizione. I fondi che Elgon versa per il progetto vengono in parte raccolti fra dipendenti, clienti e fornitori in tutto il mondo attraverso il sito di fundraising «La rete del dono». E in parte attraverso la partecipazione corale alla corsa DeeJay ten e five: «Siamo in molti a iscriverci, ciascuno paga la propria quota e l'azienda destina la cifra corrispondente per l'iniziativa in Sierra Leone».

Nelle settimane precedenti «ci sono vere sessioni di allenamento, con un trainer: è un impegno serio». E soprattutto condiviso: questo è poi lo spirito della raccolta e anche dell'adesione all'idea di Coopi. Perché non si tratta solo di un'azione di responsabilità sociale o tanto meno di charity: fa parte del percorso che l'imprenditrice ha voluto imprimere a Elgon dopo un passaggio generazionale che ha avuto luogo anche con qualche resistenza e difficoltà, come avviene non di rado quando chi passa il testimone «ama» ciò che fa e ha fatto. Passaggio generazionale Serena, dopo due anni in Wind, nel 2004 decide che «lavorare in famiglia» è più stimolante anche per le dimensioni contenute dell'azienda che ne permettono un'ampia conoscenza. Nel 2010 cominciano riflessioni sul passaggio di consegne. «Mio fratello non si candida a prendere il timone e mi appoggia». Serena diventa così presidente con tutte le deleghe, e Lorenzo è l'altro componente il consiglio. I genitori restano presenti e il padre la segue da vicino. «Come donna ho dovuto dimostrare ogni giorno di saper guidare la società». Ce l'ha fatta e ha cominciato a dare un profilo "suo" al management e ad aderire a iniziative sociali. «Ho scelto l'idea di Coopi perché rivolta alle donne e laica. Sono una "figlia dei Lumi": mi sono laureata con una tesi sul Settecento francese». Alla formazione umanistica aggiunge un master in gestione e strategia d'impresa. «Resto però dell'idea sia più faticoso apprendere "l'umano" che la gestione aziendale». Convinzione che la porta oggi a promuovere la «Carta etica»: otto valori (da «equilibrio-darsi tempo» a «complessità-far sistema») la cui elaborazione parte dai dipendenti «in un momento di trasformazione e crescita dell'azienda», passata fra il

2010 e il 2017 da 11,5 a 20 milioni di ricavi e da 40 a 100 dipendenti. E diventa un libro («di orientamento, non un codice») con testimonianze e fotografie. «È il nostro Dna e l'inizio di un viaggio». Che Serena ha disegnato per Elgon e se stessa fra responsabilità d'impresa e sociale. Fra Nerviano e la Sierra Leone.

Sergio BOCCONI – BUONE NOTIZIE/Corriere.it – 13.03.18