



"L'AMOR CHE MOVE IL SOLE E L'ALTRE STELLE"

PAPA LEONE XIV PRESENTE AL MEETING DI RIMINI 2026

CDO INCONTRA ... BERNHARD SCHOLZ

Papa Leone XIV al Meeting di Rimini.
Nel segno dell'amore.

PAGINA 07

CDO ACADEMY 2026

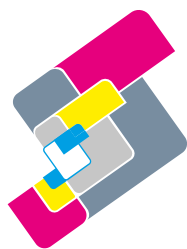
Pianificare e coinvolgere le persone
rende più semplice "fare impresa".

PAGINA 34

STORIE DAL TERRITORIO

Falegnameria GPB: ero l'ultimo
della classe. Ma ora so creare pezzi unici.

PAGINA 51



GRAFICA SALVIONI



DAL 1952 SPOSTIAMO IN AVANTI IL LIMITE DEL POSSIBILE NELLA STAMPA, NEL PACKAGING E NELLA CARTOTECNICA CON INNOVAZIONE E FLESSIBILITÀ CONTINUA.

GRAFICA E PRESTAMPA

PROGETTAZIONE GRAFICA E FOTORITOCÇO PERCHÈ ANCHE LA FORMA È SOSTANZA.



STAMPA OFFSET E DIGITALE

ALTA RISOLUZIONE, COLORI BRILLANTI E FEDELTA' CROMATICA IN OGNI STAMPA, DAL FOGLIO AL CARTONE. LA SALA STAMPA È IL CUORE DELLA NOSTRA AZIENDA DOVE DIAMO IL MEGLIO DI NOI STESSI.



LEGATORIA E PACKAGING

INTEGRIAMO MANUALITÀ ED AUTOMAZIONE INDUSTRIALE PER GARANTIRE IL CONTROLLO SUL PRODOTTO FINITO.



GRANDE FORMATO E ALLESTIMENTI

POSSIBILITÀ DI STAMPA SU DIVERSI TIPI DI SUPPORTI RIGIDI O FLESSIBILI, IDEALI PER L'ALLESTIMENTO DI STAND O ARREDAMENTO DI UFFICI E NEGOZI.

via Mazzucchelli, 16
Renate Brianza (MB)
t. +39 0362.92.44.20
info@graficasalvioni.com
www.graficasalvioni.com
shop online 4cromia.it

  Grafica Salvioni



MERCHANDISING

DIVERTENTE, COLORATA E IRRIVERENTE: POSSIAMO COMPLETARE LA VOSTRA BRAND IDENTITY E RENDERLA ACCATTIVANTE TRASFORMANDOLA NEL CAPO DI ABBIGLIAMENTO O GADGET CHE PIÙ VI RAPPRESENTA!

SOMMARIO

MARCO MAZZONE
EDITORIALE

5

40 Anni d'amicizia operativa.
Per guardare all'oggi e al futuro



CDO INCONTRA
Il Papa al meeting.
Nel segno dell'amore.
PAGINA 7

APPROFONDIMENTO
È un momento difficile,
servono idee chiare,
competenza e fiducia.
PAGINA 11

MARCO MOLINARI
EDITORIALE

54

Cambia il magazine ma resta identico
il nostro impegno per crescere insieme

STORIE DAL TERRITORIO
Facciamo squadra con le
imprese: è la strada per
raggiungere l'obiettivo.
PAGINA 16

STORIE DAL TERRITORIO
Far parlare tecnologia
e metodo aiuta a creare
un modello vincente.
PAGINA 18

STORIE DAL TERRITORIO
Precisione, qualità
e sostenibilità: il segreto
di Franchi Laser.
PAGINA 49

STORIE DAL TERRITORIO
Ero l'ultimo della classe
Ma ora so creare pezzi
unici.
PAGINA 51



UN CAFFÈ CON
MARCO CLERICI

21

TUTTI PARTNER CDO

4

CDO PARTNER
Relazioni, qualità,
competenza: la crescita
digitale a portata di mano.
PAGINA 45

CDO PARTNER
Padel 007: non solo
campi e partite
PAGINA 47

PILLOLE DI SALUTE
Dalla Cheratosi Attinica
al Carcinoma Squamo-
cellulare.
PAGINA 41

OPERE SOCIALI
Progetto Rinascita:
un'opera che genera
valore per la comunità
PAGINA 27

CDO ACADEMY
Pianificare e coinvolge-
re le persone rende più
semplice "fare impresa".
PAGINA 34

DIGITAL INNOVATION HUB
Digital Innovation Hub:
la strada è questa.
PAGINA 43



CDO EVENTI
Iniziative, partnership
e convenzioni 2026.
PAGINA 30



CDO EVENTI
L'incontro al Cooking
con il prof. A. Curioni
per il DIH.
PAGINA 38

mond©cdo Como

Progetto editoriale e grafica: DAF MIT Srl Via Cantoniga, 11 - Como (CO)
Direttore responsabile: Marco Molinari - Redazione: Bruno Profazio e Maurizio Penati - Hanno collaborato:
Sara Ciapparelli, Mattia Molinari, Edoardo Inverni e Jacopo Sala - Pubblicità: Cdo Como
Stampa: Grafica Salvioni - Via Mazzucchelli, 16, 20838 Renate MB
MondoCdo - Como è una testata registrata presso il tribunale di Como n. 4/2022



Scopri la versione
digitale su
como.cdo.org

Partners & Convenzioni

Le convenzioni per gli associati Cdo Como



Convenzioni bancarie con ISP, Banco BPM e Credit Agricole

Accesso al credito

Finanza agevolata

Check-up finanziario gratuito

Supporto fiscale



Sviluppo business

Servizi internazionalizzazione

Innovazione prodotti e processi

Software controllo di gestione

Sicurezza e certificazioni



Formazione gratuita dipendenti

Job-Matching

Cdo Academy



Riduzione INAIL/INPS

Facility Management

Utenze energia e telefonia

Welfare aziendale

Cdo For You - Sconti per la persona



Comunicazione coordinata

Digital marketing

Cyber security

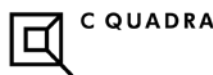
Soluzioni informatiche



Veicoli aziendali

Veicoli commerciali

Noleggio breve e lungo termine



Scopri tutti i servizi dei nostri partners



LE RIFLESSIONI DEL PRESIDENTE DI CDO COMO, MARCO MAZZONE SULL'ANNIVERSARIO DELLA COMPAGNIA DELLE OPERE

40 ANNI D'AMICIZIA OPERATIVA PER GUARDARE ALL'OGGI E AL FUTURO

Quarant'anni sono un arco temporale importante. Per le persone, per le imprese, per le associazioni. Insieme abbiamo il compito e il piacere di sottolineare i 40 anni della fondazione di Compagnia delle Opere su ispirazione di don Luigi Giussani per dare una dimensione concreta al senso religioso di Comunione e Liberazione. Al Meeting due anni fa una bellissima mostra ha ripercorso quei momenti iniziali con la preziosa testimonianza, tra gli altri, di Sebastiano Benenati. Proprio Sebastiano ricordando un anniversario della cooperativa di Alcamo ha scritto "Come nel matrimonio anche nel rapporto tra soci sorgono talora delle difficoltà, ma noi abbiamo verificato che è proprio la fede ciò che ci tiene uniti, ci fa affrontare e superare anche le inevitabili diversità e ci permette di vedere l'altro come un bene". Vale anche per noi come Cdo.

Non immagino questo 40° come un semplice anniversario, un esercizio di memoria o, peggio, di autocelebrazione. Anzi, è il segno di una maturità che rende oggi Compagnia delle Opere una realtà capace di rispondere alle sfide di un mondo profondamente mutato: dopo il Covid, la crisi del lavoro, l'avvento dell'intelligenza artificiale e le crisi geopolitiche che hanno causato guerre e ridisegnato un nuovo ordine mondiale, non vi è più alcuna certezza.

Ciò che mi piacerebbe condividere con voi è il **riconoscimento dell'origine speciale della nostra associazione che ne determina una precisa identità che si manifesta e si esprime in un modo nuovo e positivo di affrontare la realtà di ogni giorno con le sue sfide e i suoi problemi.**

Un approccio testimoniato da molti nostri imprenditori e amici che proprio in questo luogo ritrovano il gusto di costruire e di lanciare nuove iniziative. Questo atteggiamento rende Cdo una realtà attrattiva per chiunque, anche oltre la matrice religiosa, perché è caratterizzato dall'**aderenza alla realtà e alla verità.**

Ci possiamo chiedere se le ragioni per le quali è nata Cdo 40 anni fa sono ancora valide. La mia risposta, e sono certo anche la vostra, è sì: **quelle ragioni sussistono e sono la guida per non ridurre l'origine a un mito del passato ma per creare e ricreare un'esperienza che, come nel pensiero di don Giussani, permette alla realtà di diventare trasparente nel suo significato.** Cdo è il luogo dove vediamo l'altro come un bene ed ecco perché non si tratta semplicemente di un'associazione che considera compiuto il suo mandato offrendo ai soci servizi e convenzioni. **Quel di più**

che ci rende differenti è che noi esistiamo soprattutto per aiutare i soci a cercare il significato del proprio lavoro e della vita nella relazione con gli altri. Ecco perché quando definiamo il nostro modo di relazionarci usiamo l'espressione "amicizia operativa", perché Cdo è il luogo dove il supporto di uno all'altro non si limita alle sfide lavorative ma si esprime e si realizza nel **non far sentire nessuno da solo davanti alle responsabilità.** Il sostegno reciproco diventa così un fattore di libertà e di creatività. Voglio inoltre sottolineare un altro concetto fondamentale del mondo Cdo: la responsabilità. Come associazione e come singoli individui abbiamo un grande impegno: la testimonianza fattiva di una fede non proposta come recinto ideologico ma come sola dimensione profonda, vera e sincera, capace di comprendere e illuminare ogni aspetto della vita di ogni uomo. Questa responsabilità va esercitata sempre quando la realtà ci provoca. Ne abbiamo avuto un esempio recente con il giudizio pubblico espresso sul referendum costituzionale: **l'assunzione di una responsabilità nel prendere posizione, pur nel rispetto della libertà di coscienza individuale, ci aiuta ad essere più consapevoli e meno indifferenti alle sorti degli altri che formano la comunità.**

Vorrei concludere ricordando che senza la matrice umana e cristiana di Comunione e Liberazione, Cdo non sarebbe nata; senza le opere la fede rimarrebbe astratta. E tutto ciò è possibile solo con il nostro lavoro: far sì che il bisogno dell'altro diventi il proprio bisogno di modo che ognuno possa avere una compagnia e non essere più solo.





Il nuovo modo di vivere l'associazione

Cdo Plus è il nuovo programma di gamification pensato per rendere la tua esperienza associativa più coinvolgente, motivante e gratificante.

Ogni azione che compi come associato CDO ti permette di accumulare punti: dalla partecipazione agli eventi, al coinvolgimento di nuovi membri, fino alla condivisione sui social. Più partecipi, più accumuli punti. Più accumuli punti, più sali in classifica. E chi arriva in cima? Premi esclusivi e riconoscimenti speciali!

 **Obiettivi chiari**  **Premi reali**  **Progressi visibili**



Partecipa,
condividi,
conquista.

La classifica ti aspetta!

FOTO: EDGAR BELTRÁN, THE PILLAR
"POPE LEO XIV DURING AN AUDIENCE
WITH THE MEDIA" (12 MAGGIO 2025), CC

**Il presidente della Fondazione Bernhard Scholz
e l'annuncio della visita del 22 agosto**

IL PAPA AL MEETING NEL SEGNO DELL'AMORE

DOPO GIOVANNI PAOLO II, ECCO LEONE XIV IL PAPA AL MEETING NEL SEGNO DELL'AMORE

LA VISITA DI PAPA LEONE XIV AL MEETING DI RIMINI SI ANNUNCIA COME UN EVENTO STORICO, SEGNO DI DIALOGO, FEDE E RINNOVATO SLANCIO PER LA COMUNITÀ ECCLESIALE

In questa occasione "Cdo incontra" è davvero speciale: protagonista è **Bernhard Scholz, presidente della Fondazione Meeting per l'Amicizia tra i Popoli**, che a febbraio, dopo essere stato ricevuto in Vaticano, ha annunciato **la partecipazione di Papa Leone XIV al prossimo Meeting di Rimini**. Un evento davvero straordinario. Il Meeting e il suo presidente hanno caratterizzato l'annuncio con uno stile sobrio ma anche emozionante e hanno doverosamente lasciato al Vaticano e, in particolare, alla Diocesi di Rimini il compito di diffondere notizie più dettagliate sulla visita che il Pontefice farà **sabato 22 agosto in città e in Fiera per celebrare la santa messa e incontrare il popolo di CL**.

C'è stata prima una visita del presidente Scholz in Vaticano, dove è stato ricevuto in udienza privata

dal Papa. Dopo il colloquio e la foto di rito, è arrivata la diramazione del grande annuncio che il Meeting ha titolato così: **"Papa Leone XIV parteciperà alla prossima edizione del Meeting di Rimini. La notizia ci riempie di profonda gratitudine"**. Abbiamo chiesto al presidente Bernhard Scholz di commentare il senso di questo avvenimento e le sue parole sono racchiuse in frasi intense e vibranti: "Sperimentiamo una grande gioia già nell'attesa di accogliere e ascoltare il Santo Padre – commenta Bernhard Scholz in una dichiarazione ufficiale –. Fin dall'inizio del suo pontificato, Papa Leone ci invita a costruire luoghi di amore, pace e riconciliazione: la sua visita ci rende ancora più consapevoli e responsabili di ciò che il Meeting, come luogo di incontro e di sincero dialogo alla ricerca del vero, del bello e del giusto, rappresenta per le centinaia di migliaia di visitatori e per i volontari e i collaboratori che vi partecipano".

Ricordiamo che la visita di Papa Leone XIV al Meeting è prevista nel pomeriggio di sabato 22 agosto e sarà seguita da una santa messa per la città e per l'intera diocesi di Rimini. La Chiesa locale esulta all'annuncio e l'importanza dell'evento è sottolineata nel comunicato della stessa Diocesi. "La Chiesa che è in Rimini – si afferma – accoglie con profonda gratitudine e gioia l'annuncio della visita pastorale di Sua Santità Papa Leone XIV, che il prossimo 22 agosto sarà presente nella città di Rimini e nella Diocesi di Rimini. L'annuncio è stato dato in contemporanea con la comunicazione ufficiale della Sala Stampa della Santa Sede relativa ai nuovi viaggi apostolici che

“**SPERIMENTIAMO UNA GRANDE GIOIA GIÀ NELL'ATTESA DI ACCOGLIERE E ASCOLTARE IL SANTO PADRE.**”



Bernhard Scholz durante il Meeting 2020

attendono il Santo Padre nei prossimi mesi, tra i quali figura anche la tappa agostana a Rimini. Un inserimento che colloca la nostra Chiesa particolare nel più ampio orizzonte del ministero universale del Successore di Pietro e che accresce la riconoscenza per l'attenzione riservata a questo territorio".

"Nel pomeriggio del 22 agosto – prosegue l'annuncio della Diocesi di Rimini – il Santo Padre farà dapprima visita al Meeting per l'Amicizia fra i Popoli, presso la Fiera di Rimini, incontrando i partecipanti e gli organizzatori di una manifestazione che da anni rappresenta un luogo privilegiato di dialogo, cultura e testimonianza cristiana. Successivamente, il Santo Padre presiederà la santa messa per la città e per l'intera Diocesi in un luogo idoneo che sarà prossimamente comunicato. Sarà il momento culminante della visita: l'Eucaristia, cuore della vita della Chiesa, nella quale il Vescovo di Roma si stringerà al popolo affidato alle sue cure pastorali. La comunità ecclesiale riminese vive questo annuncio come un dono e una grazia. È motivo di profonda letizia poter ac-

cogliere il Vicario di Cristo che è in terra, segno visibile dell'unità della Chiesa e principio di comunione. La sua presenza tra noi è fonte di consolazione, di incoraggiamento nel cammino della fede e di rinnovato slancio missionario".

Per il Meeting si tratta di un evento particolare e davvero speciale, come ha sottolineato il presidente Bernhard Scholz. La visita del Papa al 47° Meeting avviene a 44 anni di distanza dall'altra grande e storica visita di un Pontefice, quella di Giovanni Paolo II, la domenica 29 agosto 1982, quando il Meeting era alla terza edizione e Papa Wojtyla nel quinto anno di pontificato, ma già vittima del drammatico attentato davanti a San Pietro durante l'udienza generale, avvenuto nel 1981. Giovanni Paolo II celebrò la messa e tenne un toccante incontro con i giovani del Meeting, ai quali era particolarmente legato. Altro celebre momento fu il collegamento di un Papa Wojtyla già fragile nel saluto in diretta con il Meeting nel 2004, l'anno prima della morte.

Probabilmente non è casuale che le visite dei due Papi al Meeting siano sotto il segno dell'amore. Partiamo da Giovanni Paolo II. Nel discorso di domenica 29 agosto 1982 ai partecipanti al Meeting affermò: "Sono assai lieto di trovarmi qui, in mezzo a voi, per concludere questo terzo Meeting per l'Amicizia fra i Popoli... Questo incontro è stato reso possibile e quasi necessario da "un altro incontro"... Sì, la fede vissuta come riverbero e in continuità con quei primi incontri che il Vangelo documenta, la fede vissuta come certezza e domanda della presenza di Cristo dentro ogni situazione e occasione della vita, rende capaci di creare nuove forme di vita per l'uomo, rende desiderosi di comunicare e di conoscere, di incontrare e di valorizzare...".

"Quest'anno - disse il Papa - avete focalizzato la vostra attenzione su



Uno dei momenti al Meeting di Rimini

un tema particolarmente stimolante: "Le risorse dell'uomo"... La più grande "risorsa" dell'uomo è Cristo, (...) L'uomo di oggi è fortemente impegnato a riformulare il rapporto con il mondo che lo circonda, con la scienza e con la tecnica. Vuole scoprire risorse sempre nuove per la sua vita e per la convivenza tra i popoli; tende a realizzare un processo che tutti vorrebbero pacifico e ad esaltare l'arte come espressione della propria libera creatività. Nonostante questo, la pace oggi è gravemente minacciata, la scienza e la tecnica rischiano di generare uno squilibrio carico di conseguenze negative nel rapporto tra uomo e uomo, tra l'uomo e la natura, tra nazioni e nazioni. Da questa contraddizione, che sembra inarrestabile perché strutturalmente connessa al mistero del male, è necessario che lo sguardo si volga "all'artefice della nostra salvezza" per generare una civiltà che nasca dalla verità e dall'amore. La civiltà dell'amore!". Proprio questa frase è diventata la sigla che precedeva e chiudeva tutti gli incontri del Meeting e quindi è certamente familiare a molti.

Per Leone XIV il collegamento con il tema dell'amore sarà ancora più esplicito perché il tema del Meeting quest'anno è "L'amor che move il sole e le altre stelle" e la Fondazione spiega così il perché della scelta: "C'è una forza che mette in moto l'intero universo... È l'amore come principio dinamico del cosmo, l'energia che tiene insieme ogni cosa e la sospinge verso il suo compimento... Riscoprire l'amore come forza che muove e trasforma diventa una sfida radicale... Le grandi questioni del nostro tempo assumono così una prospettiva diversa... Il Meeting 2026 vuole verificare se davvero questa forza motrice sia la chiave per leggere la realtà e viverla pienamente".

BRUNO PROFAZIO

“ LA SUA PRESENZA TRA NOI È FONTE DI CONSOLAZIONE, DI INCORAGGIAMENTO NEL CAMMINO DELLA FEDE E DI RINNOVATO SLANCIO MISSIONARIO.

In foto Bernhard Scholz assieme a Papa Leone XIV



È UN MOMENTO DIFFICILE, MA SI PUÒ GOVERNARE. SERVONO IDEE CHIARE, COMPETENZA E FIDUCIA



LORENZO RIVA, REGIONAL MANAGER DI FIDEURAM SPIEGA: «BISOGNA DARE IL NUOVO E CORRETTO SIGNIFICATO AL CONCETTO DI INVESTIRE, RISPARMIARE E ACCANTONARE»

Che il momento storico non sia quello che invita totalmente all'ottimismo è cosa nota. L'instabilità politica ed economica si è presentata al domicilio di molte persone: le aziende sono alle prese col desiderio di poter trovare quella serenità e quell'entusiasmo grazie ai quali ogni montagna incontrata diventa poi un sassolino e non viceversa.

Al di là delle sensazioni, nel mondo imprenditoriale qual è il reale stato delle cose? Giusto coinvolgere chi, nella quotidianità, opera nel settore della consulenza finanziaria e, quindi, può aiutare a chiarire le idee. Come Lorenzo Riva, 48 anni, Regional Manager di Fideuram Intesa San Paolo Private Bank, responsabile dei consulenti finanziari che operano sul territorio di Como e provincia.

Avete conferme che nel mondo

imprenditoriale c'è il timore di essere di fronte a una strada difficile da percorrere? È comprensibile l'incertezza o è causata da una cattiva o imparziale informazione?

«Sì, il timore esiste ed è percepibile con chiarezza. D'altra parte, sarebbe poco realistico sostenere il contrario: gli imprenditori si trovano oggi a operare in un contesto segnato da instabilità geopolitica, volatilità finanziaria, trasformazioni tecnologiche accelerate e mutamenti economici che impongono capacità di adattamento sempre più rapide. L'incertezza, dunque, è del tutto comprensibile e non può

“ LA CONSULENZA SI STA SEMPRE PIÙ SPOSTANDO DA UNA LOGICA DI PRODOTTO A UNA LOGICA DI PROGETTO. ”

Il team della sede Fideuram di Como



essere liquidata come una semplice conseguenza di una comunicazione distorta. È vero, tuttavia, che l'eccesso di informazioni, spesso frammentate, emotive o non adeguatamente contestualizzate, contribuisce ad amplificare le preoccupazioni. Il rischio, in questi casi, è confondere la complessità con l'emergenza permanente. Il nostro ruolo, come professionisti della consulenza patrimoniale, è proprio quello di aiutare l'imprenditore a distinguere tra rumore e sostanza, tra fenomeni temporanei e trend strutturali. La difficoltà va riconosciuta, non negata; ma deve essere affrontata con metodo, competenza e visione, non con allarmismo».

Nel vostro quotidiano operare sta cambiando il rapporto col cliente? Se sì, come? Sentite che c'è fiducia nei vostri confronti?

«Il rapporto con il cliente sta cambiando in modo significativo, e direi in una direzione di maggiore profondità. Oggi il cliente, e in particolare l'imprenditore, non cerca soltanto un interlocutore capace di proporre strumenti finanziari, ma un professionista in grado di comprendere l'insieme delle sue esigenze: patrimoniali, familiari, aziendali e prospettiche. La relazione - sottolinea Lorenzo Riva - è diventata più articolata e più strategica. Si parla di protezione del patrimonio, di passaggio generazionale, di pianificazione successoria, di gestione della liquidità, di diversificazione e di presidio del rischio. In altre parole, la consulenza si sta sempre più spostando da una logica di prodotto a una logica di progetto. Quanto alla fiducia, riteniamo che resti il fondamento di ogni relazione di valore. Non è un dato acquisito una volta per tutte, ma un elemento che si costruisce nel tempo attraverso ascolto, trasparenza, continuità e qualità delle scelte. Nei momenti più complessi, questa fiducia viene messa alla prova, ma proprio in quei frangenti emerge il valore di una consulenza seria, equilibrata e coerente».

Investire, risparmiare, accantonare... sono ancora vocaboli attuali?

«Sì, sono parole assolutamente attuali, ma oggi richiedono una lettura più consapevole e più evoluta rispetto al passato. Risparmiare non significa semplicemente trattenere risorse. Significa saperle organizzare. Investire non vuol dire inseguire rendimenti immediati, ma costruire nel tempo un equilibrio tra obiettivi, rischio e orizzonte temporale. Accantonare, infine, non è sinonimo di immobilismo, bensì di responsabilità e preparazione. Per il mondo imprenditoriale questi termini mantengono una centralità ancora maggiore, perché spesso il patrimonio personale e quello aziendale tendono a intrecciarsi. Diventa quindi essenziale dotarsi di una visione ordinata, capace di distinguere gli ambiti, proteggere ciò che va protetto e valorizzare ciò che può essere fatto crescere. Più che superati, questi vocaboli oggi sono chiamati a diventare più precisi, più rigorosi, più strategici».

Quali sono le opportunità per affrontare con ottimismo e serenità l'immediato futuro?

«Le opportunità esistono, ma vanno lette con lucidità. L'ottimismo che oggi serve non è quello ingenuo, ma quello fondato su pianificazione, discernimento e qualità delle decisioni. Una prima opportunità è rappresentata proprio dalla pianificazione patrimoniale: in una fase incerta, avere una visione chiara dei propri obiettivi e una struttura coerente delle proprie risorse consente di affrontare il futuro con maggiore stabilità. Una seconda opportunità risiede nella qualità della consulenza, che aiuta a evitare decisioni dettate dall'emozione e a mantenere una rotta anche nei momenti di volatilità. Vi è poi un terzo aspetto: ogni fase di trasformazione seleziona nuove opportunità. Innovazione, transizione energetica, evoluzione tecnologica, infrastrutture ed economia reale sono tutti ambiti che possono offrire prospettive



Lorenzo Riva - Regional Manager

**“ AFFRONTARE CON SERENITÀ IL FUTURO
NON SIGNIFICA IGNORARNE LE CRITICITÀ,
MA DOTARSI DEGLI STRUMENTI ADEGUATI
PER GOVERNARLE.**

interessanti, purché inseriti in una strategia solida e non inseguiti come fenomeni di breve periodo. Affrontare con serenità il futuro, dunque, non significa ignorarne le criticità, ma dotarsi degli strumenti adeguati per governarle. E quando prudenza e visione procedono insieme, anche i contesti più complessi possono diventare terreno di costruzione».

AUTOVITTANI



Da oltre 60 anni,
Autovittani è il **partner ideale**
per la tua mobilità e quella della tua impresa.

Offriamo soluzioni su misura per privati e aziende, con formule flessibili di **noleggio e acquisto**, garantendo un servizio affidabile, efficiente e sempre orientato ai risultati. Dalla consulenza alla **scelta dei veicoli**, fino all'**assistenza post-vendita**, accompagniamo ogni cliente con competenza e attenzione, per ottimizzare costi, tempi e performance.

CONCESSIONARIA UFFICIALE



MOTOVITTANI



Motovittani: la **mobilità a 360°**

Per rispondere ad ogni esigenza di spostamento, Motovittani amplia l'offerta con **soluzioni su due ruote agili, efficienti e sostenibili**. Dalla mobilità urbana a quella più sportiva, passando per l'off-road, affianchiamo privati e aziende con proposte flessibili e servizi dedicati.

CONCESSIONARIA UFFICIALE



Sei un associato
CDO Como?

inquadra e scopri i vantaggi
a te riservati sull'acquisto di **auto,**
veicoli commerciali, moto,
scooter e merchandising!





SCOPRI LE STORIE DEL TERRITORIO RACCONTATE DIRETTAMENTE DA CDO



FACCIAMO SQUADRA CON LE IMPRESE: È LA STRADA PER RAGGIUNGERE L'OBIETTIVO

LO SPIEGA GIUSEPPE ROTUNNO RESPONSABILE DELL'AREA NORD DEL CONSORZIO TRIANGOLO LARIANO: «ABBIAMO COMPETENZA, ESPERIENZA E REQUISITI, MA LA CONDIVISIONE È FONDAMENTALE

«Uniti per costruire il futuro»... Quanta strada ha fatto il Consorzio Stabile Triangolo Lariano da quando, nell'ormai lontano 2001, ha iniziato il suo cammino. Un percorso che il presidente Giuseppe Petriccione e tutti i componenti del management hanno costruito su basi solide, incontrando riscontri totalmente ed esclusivamente positivi da parte di ogni imprenditore e di ogni azienda che hanno "toccato con mano" la bontà del progetto.

«In tutti questi anni – spiega Giuseppe Rotunno, responsabile dell'Area Nord – non ci siamo mai discostati dalla nostra unica e vera identità: essere di supporto alle aziende e alle imprese del settore edilizio, mettendo a loro disposizione esperienza, competenza e professionalità, oltre a requisiti,

quali la certificazione Soa. Grazie a tutto ciò, riusciamo a creare le condizioni migliori per partecipare alle gare di appalto proposte dagli Enti pubblici».

Dal 2001 ad oggi, però, il mondo si è praticamente rivoltato come un calzino...

«Ne sono effettivamente successe di tutti i colori – afferma Rotunno – ma dico orgogliosamente che abbiamo visto passare la crisi senza che questa ci sfiorasse. La nostra è stata una crescita verticale ed abbiamo continuato a lavorare nel modo migliore. Ad oggi abbiamo avviato costruttivi rapporti di consulenza e di collaborazione con una settantina di aziende».

Come ci siete riusciti?

«Il punto di forza del Consorzio



Giuseppe Rotunno - Responsabile Area Nord

LA SCHEDA

Il Consorzio Stabile Lariano, fondato nel 2001 ha sede in via Giacomo Leopardi 10 a Erba.

Per conoscere meglio le opportunità ed i servizi sono a disposizione alla mail direzione@consorziotriangololariano.it o sul sito web. consorziotriangololariano.it

Triangolo Lariano è nel metodo. Sappiamo di poter garantire un supporto di alto livello professionale, ma la differenza sta nell'approccio e nel tipo di rapporto che creiamo con i nostri interlocutori. Per spiegarmi meglio mi rifaccio al concetto di squadra: l'unione di intenti, le idee condivise sugli obiettivi da raggiungere, la costante presenza sono tutti elementi che fanno la differenza, in senso positivo, intendo».

Non le sembra che il mondo imprenditoriale viva con incertezza e timore questo particolare momento?

«L'incertezza nasce soprattutto dalla difficoltà di affrontare le situazioni. È anche per questo che noi puntiamo ad essere un team che lavora in sinergia verso un obiettivo ben preciso. Quando entriamo in azione, sappiamo di avere i requisiti e l'esperienza necessari per condurre in porto l'iniziativa e creare opportunità di lavoro e di crescita all'azienda. Rifacendomi ad un noto luogo

comune – sottolinea il Responsabile dell'Area Nord – l'unione fa la forza».

Il vostro raggio d'azione, quindi, è costantemente aggiornato...

«Proprio così. Il nostro settore di riferimento è quello edilizio ma col passare del tempo si sono anche differenziate ed ampliate le richieste del mercato. Abbiamo allora ulteriormente aperto il nostro "ventaglio" anche all'efficientamento energetico, al risanamento idrogeologico, alla manutenzione stradale ma anche allo smaltimento dell'amianto, alla realizzazione di barriere para massi, alla segnaletica stradale. Quando un'azienda si rivolge a noi del Consorzio Triangolo Lariano e serve

guardare anche in direzioni inesplorate, non ci tiriamo indietro. Tutt'altro...».

Essere al servizio delle imprese associate: c'è assonanza con la filosofia di Cdo...

«Io sono un iscritto storico alla Compagnia delle Opere e riconosco che ci sono obiettivi comuni tra Cdo e Consorzio. Credo che ci sia anche terreno fertile affinché si possa instaurare una validissima collaborazione sinergica. Se le aziende che fanno capo a Cdo avessero una esigenza che il Consorzio può aiutare a risolvere, è giusto far sapere – conclude Giuseppe Rotunno – che la nostra disponibilità è totale».



IL PUNTO DI FORZA DEL CONSORZIO TRIANGOLO LARIANO È NEL METODO: L'UNIONE DI INTENTI, LE IDEE CONDIVISE E LA COSTANTE PRESENZA SONO GLI ELEMENTI CHE FANNO LA DIFFERENZA.

FAR “PARLARE TRA LORO” TECNOLOGIA E METODO PUÒ AIUTARE A CREARE UN MODELLO VINCENTE

È QUESTO UNO DEI PUNTI FERMI DI HUP: «AIUTIAMO LE AZIENDE A RIPENSARE IN MEGLIO LE LORO MODALITÀ DI LAVORO»

Nel contesto economico attuale, segnato da cambiamenti rapidi, nuove sfide competitive e una crescente interconnessione tra mercati, tecnologie e competenze, la digitalizzazione non è più una semplice opportunità di sviluppo, ma una leva strategica essenziale per garantire continuità, efficienza e capacità di innovazione. Per le imprese, oggi, trasformarsi digitalmente significa non soltanto introdurre nuovi strumenti, ma ripensare in profondità il proprio modo di operare, di comunicare e di creare valore, in una prospettiva sempre più integrata e orientata al futuro.

In questo scenario si inserisce Hup, società benefit con sede a Lomazzo, attiva all'interno degli ecosistemi innovativi di “ComONEXT”, polo di sviluppo e trasferimento tecnologico, e “Fabbrica”, campus innovativo e coworking orientato alla creazione di sinergie, networking e nuove opportunità. In questi contesti, l'azienda affianca imprese e organizzazioni nei percorsi di evoluzione tecnologica e organizzativa, mettendo a disposizione competenze trasversali e una visione che unisce innovazione, concretezza e attenzione alle persone.

“NON SI TRATTA DI ADOTTARE NUOVE TECNOLOGIE, MA DI RIPENSARE IL MODO IN CUI LE IMPRESE **CREANO VALORE.**”

Hup nasce dall'integrazione di diverse esperienze imprenditoriali maturate nel campo della digitalizzazione, dando vita a un progetto unitario capace di offrire alle imprese un interlocutore unico per affrontare la complessità della trasformazione. Guidata da Luca Di Pierro, imprenditore con una solida

esperienza nel branding e nella comunicazione, l'azienda si distingue infatti per un approccio che va ben oltre la semplice implementazione di tecnologie.

«L'obiettivo – racconta – non è limitarsi ad adottare nuove tecnologie, ma accompagnare le imprese in un percorso più ampio di ripensamento del proprio modello operativo. Questo significa intervenire sui processi, sulle modalità di lavoro e sulla capacità di generare valore, costruendo un sistema coerente in cui tecnologia, comunicazione e organizzazione dialogano tra loro».

Si tratta di una visione che mette al centro non solo l'efficienza, ma anche la cultura del cambiamento. Perché innovare, oggi, significa prima di tutto creare le condizioni affinché le persone possano lavorare meglio, condividere conoscenza, prendere decisioni più informate e sviluppare un'organizzazione capace di adattarsi in modo consapevole ai mutamenti del mercato. La trasformazione digitale, in quest'ottica, non è un punto di arrivo, ma un processo continuo di evoluzione, che richiede metodo, ascolto e capacità di interpretare i bisogni reali delle aziende.

Da questa visione nasce il concetto di "Digital Rebel", un'identità che esprime la volontà di non subire il cambiamento, ma di interpretarlo e guidarlo. Un approccio in sintonia con il tessuto imprenditoriale del territorio lariano, caratterizzato da realtà dinamiche, spesso radicate in una forte tradizione produttiva, ma al tempo stesso capaci di rimettersi in discussione per affrontare con coraggio le sfide del presente e costruire nuove opportunità di crescita.

In concreto, Hup sviluppa ecosistemi digitali integrati che consentono alle imprese di semplificare la complessità e migliorare l'efficienza operativa. L'offerta si articola in diverse unit specializzate: dalla realizzazione di piattaforme e-commerce e sistemi gestionali (CRM



ed ERP), alla gestione delle infrastrutture IT e della sicurezza informatica, fino a soluzioni per il retail e per l'evoluzione degli ambienti di lavoro in ottica smart e connessa. Un insieme di competenze che permette di intervenire in modo organico, costruendo soluzioni su misura capaci di dialogare tra loro e di accompagnare la crescita dell'impresa nel tempo.

A tutto questo si affianca Zero., l'agenzia creativa di Hup dedicata a branding, strategia e design. Si aggiunge inoltre un'area di ricerca e sviluppo focalizzata su progetti di innovazione basati su dati, automazione e intelligenza artificiale, con l'obiettivo di supportare le imprese nell'adozione di modelli sempre più evoluti e competitivi. In un mercato in cui la distintività è sempre più importante, la capacità di integrare tecnologia e identità di marca rappresenta infatti un vantaggio decisivo.

Tra gli elementi più innovativi proposti dall'azienda vi è Behive, una piattaforma basata su intelligenza

“
**NON ADATTARSI,
MA COSTRUIRE.**

artificiale generativa progettata per entrare nei processi aziendali. Attraverso un'architettura distribuita e l'utilizzo di agenti intelligenti, il sistema consente di automatizzare attività operative, ottimizzare i flussi di lavoro e supportare le decisioni in tempo reale, mantenendo al contempo il pieno controllo dei dati e delle informazioni. Un aspetto centrale, questo, in una fase storica in cui il tema della governance dei dati e della sicurezza assume un valore sempre più strategico.

In questa prospettiva, la tecnologia non è più solo uno strumento, ma diventa un fattore abilitante per la costruzione di nuovi modelli organizzativi. La conoscenza aziendale viene strutturata e resa accessibile, trasformandosi in una risorsa strategica capace di generare efficienza, continuità e nuove opportunità di sviluppo e collaborazione.

L'esperienza di Hup si inserisce così nel percorso di quelle imprese che scelgono di affrontare il cambiamento con spirito propositivo. Non adattarsi, ma costruire: è questa la direzione indicata, in cui visione e capacità di esecuzione si incontrano per dare forma a modelli imprenditoriali più solidi, sostenibili e orientati al futuro, capaci di evolvere nel tempo mantenendo coerenza e identità. Ripensare il futuro, oggi, significa mettere in discussione i paradigmi esistenti, leggere con lucidità la complessità del presente e trasformarla in un'opportunità concreta di crescita, innovazione e valore condiviso.





MARCO CLERICI

DIALOGHI D'IMPRESA DAVANTI A UN CAFFÈ



LA FORZA DELL'AZIENDA SONO LE PERSONE. PENSO AI GIOVANI E AL FUTURO CHE LI ASPETTA

"UN CAFFÈ CON..." L'AMMINISTRATORE DELEGATO DELLA CLERICI AUTO SPA CHE CI SPIEGA IL FUTURO DEL SUO GRUPPO

Marco bevuto il caffè? La domanda è rivolta di mattina presto a Marco Clerici, amministratore delegato di Clerici Auto SpA.

"Sì, certo. Non ne bevo più di un paio al giorno altrimenti divento un po' agitato e il lavoro necessita di concentrazione e l'agitazione non è certo l'ingrediente di cui si ha bisogno. Però tengo conto anche degli impegni. Ad esempio, se so che dopo avrò un incontro o un impegno che mi procurerà una certa tensione, allora rinvio il caffè e lo bevo dopo. Comunque, per me il caffè ha un po' la funzione di stabilizzatore dell'umore. Sono uno che

si alza molto presto e tendenzialmente non sto in giro la sera".

E dopo il caffè, come va? C'è un po' di preoccupazione in giro...

"Siamo una generazione che non è abituata a pensare alla guerra e tutto ci è sembrato lontano anche quando non lo era. Ascoltiamo i riverberi che la guerra ha sull'economia e notiamo che i nuovi modi di combattere non sono quelli visti nei film o nei racconti dei nonni. Ora c'è molta tecnologia e ci sono pressioni economiche.

Noi guardiamo ai riflessi della guerra sull'economia e sulla finan-

za, alle possibili ripercussioni sul mercato di questo momento così balzano e bizzarro che stiamo vivendo. Certo c'è anche preoccupazione per il futuro delle nuove generazioni, penso anche ai miei figli, perché vedo che cominciano ad avvicinarsi alla realtà in un periodo così drammatico. Quando faccio colloqui con ragazzi che hanno l'età dei miei figli parlo con loro e mi vengono in mente loro e le loro preoccupazioni e il futuro che li aspetta. Questo mi dà timore più di tutto il resto. In questi giorni pensavo a come velocemente tutti i temi della sostenibilità che l'han-

LA METAFORA DEL TRAMPOLINO È INTERESSANTE PERCHÉ DAL TRAMPOLINO SI POSSONO SPICCCARE GRANDI SALTI MA CI SI PUÒ ANCHE FARE MOLTO MALE

no fatta da padrona negli ultimi anni sono stati velocemente messi da parte per le nuove emergenze mondiali”.

Che cosa pensi dell'intelligenza artificiale?

“In azienda abbiamo cominciato ad approcciarci all'IA e ci sono aspetti indubbiamente interessanti soprattutto a livello di analisi e di aggregazione di dati. Ovvio, finché l'intelligenza artificiale è governata da un umano. Poi, c'è il grande tema dell'affidabilità dei dati ai quali attinge l'IA. Comunque, può essere di grande aiuto soprattutto per attività ripetitive, analisi di dati e per le aggregazioni. Le prospettive sono interessanti”.

In un'intervista recente hai detto che tra te e tua sorella avete cinque figli e la vostra speranza è di poter lasciare a qualcuno di loro un solido testimone aziendale.

Pensi già al ricambio generazionale?

“Il tema è che più si va avanti con l'età, più lo sguardo si alza e guardi più lontano e pensi che cosa sarà di tutto questo? Sia per la tua famiglia, sia per i collaboratori. Ho la fortuna di avere collaboratori che mi piacciono, sono giovani, più di me che ho 54 anni, e ne ho alcuni strabravi che hanno tra i 35 e i 43 anni; quindi, penso anche a loro e al loro orizzonte. Se ci sarà qualcuno tra di loro e tra i miei figli e i nipoti che avrà voglia di continuare questa avventura ben venga. Senza che questa cosa venga in nessun modo forzata o indotta. Deve essere una fortuna, una possibilità, un trampolino. La metafora del trampolino è interessante perché dal trampolino si possono spiccare grandi salti ma ci si può anche fare molto male. Vale per i figli e per i collaboratori. Non possiamo guardare solo all'anno prossimo o

fra due anni, ma a un orizzonte più ampio. Dobbiamo proiettarci anche più lontano”.

Fondato da tuo padre Roberto negli anni '80, oggi il gruppo conta 13 sedi, 260 dipendenti, 272 milioni di fatturato nel 2025 e concessionarie nelle province di Como, Sondrio, Varese e Milano. La Clerici Auto è una grande azienda ma rimane un'impresa familiare. Tuo padre si sente ancora? Con tua sorella c'è un'intesa perfetta: come fate?

“Quella di mio papà è una presenza, magari poco operativa e decisionale, ma molto forte a livello simbolico. Io non posso pensare di prendere una decisione importante senza prima passare da lui. Finché ci sarà sarà così. Lui è un personaggio vero, viene in azienda più o meno tutti i giorni e dice la sua più o meno tutti i giorni. Con mia sorella si è creata una bellissima alchimia e devo dire che quando vedo i miei figli litigare penso a me e a mia sorella, anche se prima dei trent'anni non c'era il rapporto che c'è oggi. Abbiamo la fortuna di essere due persone molto diverse e molto rispettose della diversità dell'altro. Questo è un valore aggiunto. Siamo molto differenti nelle cose che ci piacciono ma in que-



La storia sede di Lurate Caccivio



CRESCERE CON METODO. CREARE VALORE

*La qualità come leva strategica
per la tua impresa*

adgalia affianca le imprese nello sviluppo dei sistemi di gestione, nell'ottimizzazione dei processi e nei percorsi di sostenibilità, trasformando la conformità in uno strumento concreto di crescita.

-  Certificazioni ISO e SOA
-  Controllo di gestione
-  Sostenibilità ESG
-  Ottimizzazione dei processi
-  Formazione aziendale

*Dalla conformità
alla competitività.*

adgalia.com



“NON POSSIAMO GUARDARE SOLO ALL'ANNO PROSSIMO O FRA DUE ANNI, MA A UN ORIZZONTE PIÙ AMPIO.”

sta diversità ci sono grandissimi rispetto e fiducia. Da parte sua c'è delega nei miei confronti rispetto a scelte strategiche, da parte mia c'è delega totale nei suoi confronti rispetto alle scelte finanziarie. Non so quale sia, se c'è, l'ingrediente che i miei genitori hanno messo in campo per favorire questa situazione. Se c'è sono molto curioso di capirlo prima o poi per poterlo trasferire ai miei figli. Se non c'è l'ingrediente non si può fare niente”.

Sei laureato in psicologia. Ti ha aiutato nel lavoro?

“Credo che bisogna attingere a quelle che vengono definite le competenze trasversali. Mio padre è stato capace di farmi interessare alle relazioni tra le persone. I miei studi successivi sono stati in quella direzione e ho una certa attitudine a osservare i rapporti tra le persone e a cercare di creare buone alchimie. Ma non sempre ci si riesce. La complementarietà con mia sorella passa anche dal fatto che lei ha competenze finanziarie e io no, e competenze relazionali che io ho e lei mi lascia fare”.

Sei iscritto alla Cdo. Le associazioni aiutano gli imprenditori?

“Credo di sì. Le difficoltà dell'as-

soziazionismo sono legate a due aspetti: la frenesia generale che di fatto comprime il tempo a disposizione e a volte è veramente complicato trovare spazi da dedicare ad attività che non siano strettamente legate al lavoro e alla famiglia; poi c'è il tema del cambiamento delle relazioni tra le persone. Lo vediamo anche da noi in azienda: la difficoltà è trovare persone – al di là dei venditori – per ruoli che comportano relazioni con le persone. Ci sono attività di associazionismo digitale che hanno preso il posto di quelle in presenza e non è il massimo. L'associazionismo, però, rimane un punto di forza per le imprese. Il network è sempre vivificante, anche quando si tratta del confronto con colleghi di altri settori”.

Hai portato Clerici Auto a rappresentare molti marchi come Kia, Mazda, Land Rover, Volvo, Skoda, MG, Nissan, Xev, Omoda, Jaecoo. C'è una nuova presenza delle auto cinesi. Perché questa scelta e perché le automobili oggi costano molto di più che in passato?

“Rispondo subito a questa ultima domanda. Indubbiamente nel fattore del prezzo di un'auto oggi c'è preponderante la parte tecnologica. Da noi, anche la più piccola vettura ha

dotazioni di innovazione e di sicurezza che prima non erano nemmeno pensabili su un'automobile. Questo contenuto tecnologico le rende più efficienti, più affidabili e giocoforza anche più costose. Il futuro, non so se prossimo o remoto, sarà elettrico e a guida autonoma. Se uno prova l'auto elettrica e poi torna su una tradizionale coglie subito la differenza di qualità. Per quanto riguarda i marchi cinesi devo dire che è una scelta ragionata e fondata sul fatto che l'industria cinese, anche quella automobilistica, ha fatto passi da gigante ed è molto competitiva sull'elettrico, sull'ibrido e con dotazioni davvero avanzate e complete. Noi abbiamo in Italia un parco veicoli molto vecchio, con un'età media di 13 anni. Nell'aggiornamento ci sarà spazio per le auto cinesi soprattutto perché è superato nei fatti il pregiudizio che c'era quando su alcuni loro prodotti si chi osava sprezzantemente dicendo “è una cinesata”. Oggi loro sono molto avanti nella tecnologia”.

Il libro dedicato a tuo padre ha per titolo “Una vita per i motori”. Un domani per un libro dedicato a te quale titolo vorresti?

“Non è nelle mie corde. Forse decideranno i miei figli, semmai. Come dico spesso a mio papà io sono “anche figlio di tua moglie”, una donna estremamente riservata. Se posso stare in seconda fila io sono molto più contento. Sono sempre molto attratto e affascinato da figure del terzo settore, gente che si occupa degli altri e degli ultimi, ma non voglio scendere nella retorica. Mi ispirano molto le persone di cui sento la vocazione sincera nell'imprenditoria e soprattutto negli ambiti delle questioni epocali del nostro tempo, come l'immigrazione”.

BRUNO PROFazio





Tour in Barca sul Lago di Como

Esplorate il fascino senza tempo del Lario con un'esperienza che unisce lusso e autenticità. Navigherete tra l'eleganza di Villa d'Este a Cernobbio e il fascino cinematografico di Villa Balbianello, passando per i giardini botanici di Villa Melzi e la maestosità di Villa Serbelloni a Bellagio.

Vuoi vivere il Lago di Como da una nuova prospettiva? Ti aiuteremo a disegnare il tuo tour privato ideale. Mettiti in contatto con noi ora.



AGORÀ 97
SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIALE

AGORÀ 97 PRESENTA "PROGETTO RINASCITA": UN'OPERA CHE GENERA VALORE PER LA COMUNITÀ

UN PROGETTO CHE TRASFORMA LA CURA IN UN PERCORSO CONDIVISO TRA OPERATORI, BAMBINI, FAMIGLIE E COMUNITÀ

Ci sono progetti che rispondono a un bisogno e in alcuni casi questo bisogno deve essere guardato con occhi particolari.

È da qui che prende forma il **Progetto Rinascita**, promosso dalla Cooperativa Sociale Agorà 97, il progetto di ampliamento e trasformazione della Comunità Socio-sanitaria Casa di Gabri e Luca di Roderò, che non si configura come una semplice struttura, ma un luogo che accoglie bambini ad alta complessità assistenziale, che educa, che accompagna e sostiene. E oggi diventa una Casa che si apre al territorio ed alle sue risorse. Un luogo in cui cura, educazione, tecnologia e relazioni umane e personali si intrecciano in modo organico.

"Accogliere" è una parola molto significativa: vuol dire riconoscere l'altro come persona, nonostante le sue problematiche e fragilità,

significa accettare, così com'è, anche la famiglia senza giudizi, accompagnandola senza assistenzialismo; significa dare valore ad una vita così gravemente compromessa che ad uno sguardo superficiale potrebbe sembrare una vita di sofferenza e di privazioni per cui non degna di essere vissuta; è una parola che ci fa mettere in moto per trovare delle risposte, strategie ed organizzazione per arrivare a raggiungere la pienezza della vita fragile.

«Spesso mi capita di farmi delle domande sul senso di quello che faccio quotidianamente nel mio lavoro a Casa di Gabri e Luca. Quando non trovo la risposta sul "senso del fare" si apre l'orizzonte sul

"senso dell'esserci" in modo consapevole, sull'esserci per condividere un pezzo di vita più o meno lungo di ogni bambino» ci racconta **Stefano Besseghini** – *coordinatore infermieristico* della struttura.

«L'impianto progettuale del Progetto Rinascita è chiaro ed innovativo sia dal punto di vista organizzativo che tecnologico: spazi più funzionali e miglioramento delle cure, attraverso modelli assistenziali più personalizzati e tecnologicamente innovativi; sviluppo delle potenzialità dei bambini, grazie ad attività multisensoriali e riabilitative; sostegno alle famiglie, riconosciute come parte integrante del percorso; apertura al territorio, con uno spazio pensato per generare connessioni con scuole, associazioni

“INGUARIBILE NON SIGNIFICA INCURABILE.”



Rendering della nuova Casa di Gabri e Luca

e comunità» - dichiara l'Architetto **Maria Luisa Valli**, *Direttore tecnico del Progetto* - «Sapere che questo progetto sarà "LA CASA" per bambini così speciali, mettendo al centro la qualità della vita, rende questo lavoro ancora più prezioso»

Ma è anche nel rapporto con le famiglie e con il territorio che Progetto Rinascita rivela la sua natura più profonda. Le famiglie non sono considerate utenti, ma parte integrante del percorso: vengono coinvolte, sostenute, accompagnate anche nei momenti più complessi. Allo stesso tempo, il progetto si apre all'esterno, immaginando uno spazio polifunzionale capace di attivare relazioni importanti e sempre più integranti con il territorio e la Comunità locale.

Il progetto si inserisce in una visione più ampia, in cui ciò che è in gioco non è soltanto l'efficacia di un servizio, ma un modo di concepire l'azione sociale: come risposta concreta a un bisogno reale, capace di svilupparsi attraverso professionalità, relazioni, responsabilità

condivise e generazione di valore per l'intera comunità. Il coinvolgimento e l'interessamento di diversi soggetti - dal mondo filantropico alle realtà economiche e sociali del territorio - non rappresenta semplicemente un sostegno, ma il segno di una corresponsabilità diffusa. Una rete che riconosce in progetti come questo un investimento importante sul capitale umano e sociale, oltre che un contributo allo sviluppo di comunità più inclusive.

Lo speciale che l'house organ di Agorà 97 "Piazza Grande" ha dedicato al Progetto Rinascita restituisce con forza questo sguardo. Attraverso testimonianze, dati e racconti, emerge un'affermazione

che sintetizza il senso dell'intero progetto: "inguaribile non significa incurabile". È una frase che ha implicazioni profonde, perché sposta il baricentro dalla prestazione alla relazione, dal progetto tecnico al significato dell'esperienza umana.

La realizzazione prevista entro il 2027 rappresenta un traguardo importante. Ma, come spesso accade nelle opere che nascono da una visione condivisa, il valore non sta solo nel risultato finale. Sta nel processo, nelle alleanze costruite, nella capacità di generare un cambiamento culturale prima ancora che strutturale.

Progetto Rinascita, in definitiva, non riguarda soltanto un luogo o un servizio. Riguarda il modo in cui una comunità - e, più in generale, un sistema di imprese, organizzazioni, associazioni, istituzioni - sceglie di stare di fronte alla fragilità. Non come a un limite da gestire, ma come a una realtà che interpella, coinvolge e, in ultima analisi, costruisce legami.

Ed è forse proprio questa la sua dimensione più interessante: quella di un'opera che, mentre risponde a un bisogno, educa chi la incontra a guardare la realtà in modo più umano.



DONA IL TUO
5xmille

AGORA97
SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIALE
IL LORO SORRISO,
IL NOSTRO GRAZIE

CODICE FISCALE
02329530139

PER SOSTENERE PROGETTO RINASCITA:



IBAN: IT88 G084 3005 7800 0000 0321 620

CASSA RURALE ED ARTIGIANA DI CANTU' B.C.C. SOC. COOP. - Filiale di Solbiate con Cagno
C/C intestato a AGORÀ 97 SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIALE

Causale: Erogazione liberale per Casa di Gabri e Luca

Leggi il numero speciale di Piazza Grande con un approfondimento sul Progetto Rinascita



Per conoscere meglio la Cooperativa Agorà 97 | www.agora97.it



CDO COMO, IL 2026 UN ANNO CON TANTE NOVITÀ



NEL PRIMO EVENTO A GENNAIO PRESENTATO IL PROGRAMMA DELLE INIZIATIVE, LE NUOVE PARTNERSHIP E CONVENZIONI

UN NUOVO ANNO TRA INNOVAZIONE, FORMAZIONE E RELAZIONI: CDO COMO RAFFORZA IL PROPRIO RUOLO A SUPPORTO DELLE IMPRESE DEL TERRITORIO, METTENDO AL CENTRO PERSONE, COMPETENZE E VISIONE CONDIVISA.

In un clima di generale speranza per l'anno nuovo, Cdo Como si è data appuntamento al Driver di Como il 28 gennaio per presentare il programma delle iniziative e le nuove convenzioni e partnership. Non era ancora scoppiata la guerra di Usa e Israele contro l'Iran e le preoccupazioni si limitavano al conflitto causato dalla guerra della Russia contro l'Ucraina che di lì a poco avrebbe superato il quarto anno. Provvidenziale la presenza, assieme a quasi un centinaio di imprenditori, all'Aperitivo in Compagnia di Luca Trippetti, straordinaria figura di imprenditore e di volontario che con gli amici dell'associazione "Frontiere per la Pace" si è profuso in un'instancabile opera di sostegno materiale e morale alle popolazioni ucraine. Proprio da questa partecipazione è scaturita

la volontà di fare un focus specifico sulle attività di Frontiere per la Pace di Maccio (Villa Guardia) su cui è stato incentrato il successivo Aperitivo in Compagnia il 25 febbraio da Autoviemme a Casnate con il significativo titolo "Ucraina, dall'emozione all'azione" e con Luca Trippetti che ha strappato molto più di una profonda commo- zione ai tanti presenti.

Torniamo al punto di partenza per dare conto delle numerose novità che bollivano nella pentola della Cdo e che sono state annunciate proprio al Driver il 28 gennaio. Gli ingredienti principali sono le nuove convenzioni, le nuove partnership, i percorsi formativi e la presentazione con il botto di Cdo Plus. Ma andiamo con ordine. La serata si è aperta con il saluto del



Un momento dell'evento

presidente Marco Mazzone che ha espresso la propria soddisfazione per la vivacità dell'associazione comasca e per relazione con Cdo nazionale e quindi con il Meeting di Rimini dove era stata esposta la bella mostra sul lavoro e, quindi, il presidente ha promesso un nuovo appuntamento di rilievo con l'allestimento della mostra sul lavoro a Como in autunno. Ricordiamo che prima della mostra di Rimini, la Cdo nazionale è stata promotrice di un Manifesto del Buon Lavoro che richiama l'esigenza di superare conflittualità e anacronismi per favorire una dimensione del lavoro e dell'economia con imprenditori e collaboratori alleati e uniti nel mettere al centro l'uomo e non il profitto. Il direttore Marco Molinari ha poi cominciato la presentazione del programma del nuovo anno che prevede ogni mese un Aperitivo in Compagnia itinerante nelle sedi dei soci, attività di formazione

con l'Academy, Cdo Lab, il "Talent Desk" e il DIH, cioè Digital Innovation Hub. In particolare, il direttore ha sottolineato il successo della nuova versione dell'Academy che si avvale della collaborazione con l'Università di Bergamo e con il prof. Tommaso Minola, già sperimentata con Fabbrica per l'Eccellenza. Quest'anno, ha spiegato il direttore Molinari, anche il Cdo Lab sarà innovato e sarà interamente focalizzato su un tema di estrema importanza e attualità: l'intelligenza artificiale. I corsi saranno tenuti dal docente Gabriele Granato e si articoleranno in quattro moduli: Al generativa per il lavoro quotidiano, Efficienza operativa nei flussi di lavoro, Dati che parlano: trasformare numeri in decisioni e, infine, AI in azione: dalla strategia al progetto. "Il nuovo Cdo Lab - ha detto il direttore Molinari - è pensato proprio per portare l'AI nel lavoro quotidiano con strumenti e metodi subito

utilizzabili ed è rivolto agli imprenditori che vogliono far crescere la propria azienda".

Il "Talent Desk", invece, è una nuova iniziativa di Cdo Como in collaborazione con il partner, E-Work. "È un progetto che mette al centro la persona - è stato spiegato durante l'incontro - con momenti di confronto qualificati, personalizzati e senza vincoli". In pratica sarà uno sportello dedicato nella sede di Cdo Como dove sarà presente una volta al mese una professionista di E-Work, che accoglierà chi vuole cercare un impiego o un avanzamento di carriera cercando di mettere in evidenza il profilo professionale, offrendo un supporto nell'orientamento e nell'inserimento lavorativo sia nella preparazione alle tecniche di presentazione, sia nella fase di transizione e di riposizionamento.

Un altro strumento molto importante messo a disposizione dei soci dalla Cdo Como è il Digital Innovation Hub che, tramite l'analisi e l'assistenza di C-Quadra di Matteo Torri, permette alle imprese di avere una prima valutazione sui propri processi produttivi e organizzativi e poi la progettazione di interventi per migliorare le prestazioni e per utilizzare al meglio l'innovazione tecnologica oggi disponibile per le aziende. L'accompagnamento non si limita all'analisi e al suggerimento di soluzioni, ma si estende anche all'assistenza nella ricerca di bandi regionali, nazionali ed europei e fornisce un supporto molto efficace per la partecipazione agli stessi.

Nuove convenzioni e nuove partnership: di E-Work si è già detto. Il dirigente di Cdo nazionale che si occupa delle convenzioni, Diego Sala, è intervenuto per illustrare alcuni nuovi accordi con realtà italiane molto significative: in particolare Welfare Pellegrini, Amazon Business e Forch. Rappresentanti di queste tre prestigiose realtà hanno illustrato che cosa prevedono i pacchetti e le agevolazioni per i soci della Cdo e hanno invitato a

**“ METTERE AL CENTRO L'UOMO,
NON IL PROFITTO: È DA QUI CHE RIPARTE
IL FUTURO DEL LAVORO E DELL'IMPRESA.**

chiedere informazioni e approfondimenti e, possibilmente, anche a sperimentare soluzioni che possono essere studiate su misura per le esigenze di aziende piccole, medie e grandi.

Un flash, ma molto luminoso, è stato poi dedicato al Meeting di Rimini che quest'anno si terrà dal 21 al 26 agosto, che sarà nobilitato dalla partecipazione di Papa Leone XIV, e che ha per tema il verso dantesco della Divina Commedia "L'Amore che move il sole e le altre stelle". Come gli altri anni, Cdo Como assieme alle associazioni gemelle di Milano e Bergamo concentrerà la propria partecipazione in due giorni particolari e i soci possono già prenotarsi. Manca di accennare a "Cdo Plus +", un'invenzione dei giovani della struttura di Cdo Como, per favorire una partecipazione più attiva, frizzante e sim-

patica alla vita associativa. È stato ideato come un gioco per rendere la partecipazione più coinvolgente e gratificante attraverso una gara a punti che alla fine dell'anno prevede dei vincitori con premi appetitosi. Ogni azione dei soci viene ricompensata con un punteggio variabile a seconda dell'azione: punti per chi partecipa agli eventi, coinvolge nuovi imprenditori, condivide o tagga i post sui social di Cdo Como e anche chi lascia un commento. Alla fine, si stila la classifica e i primi tre saranno premiati!

Chiudiamo con un saluto fatto dal direttore nazionale di Cdo, Mauro Cattaneo, che, esprimendo soddisfazione per la numerosa partecipazione dei soci alla serata, ha sottolineato l'importanza che si percepisca la natura speciale di un'associazione economica come la Compagnia delle Opere, nata dal carisma di don Luigi Giussani, che si esprime con una diversità data dalla sua origine e caratterizzata dai suoi valori cristiani.

BRUNO PROFAZIO



PORTARE L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE NEL LAVORO QUOTIDIANO È LA VERA SFIDA PER FAR CRESCERE LE IMPRESE.



“ Il gol di Gabrielloni
in Serie A è la prova
vivente del cuore di Como:

Resiliente,
Orgoglioso
e Inarrestabile.

Conclusioni

- Un modello di business è un sistema di attività progettato in modo mirato e incentrato sul valore.
- Il concetto è nato con la diffusione delle tecnologie a rete pluriforme (Internet negli anni '90, Intelligenza artificiale, Big Data, Cloud computing).
- Un modello di business può essere descritto in termini di quattro aspetti: Interoperabilità (infrastruttura), struttura (risorse), governance (governance) e logica del valore (delphi).
- L'innovazione del modello di business può essere una fonte critica di rottura e di vantaggio competitivo tra le imprese nuove che già sono esistenti va oltre le forze di innovazione esistenti.
- Il purpose può essere la chiave per innovare il modello di business.

cdo
Como
Perché tutto
possa esistere



ACADEMY 2026 & EVENTO DI LANCIO

PIANIFICARE E COINVOLGERE LE PERSONE RENDE PIÙ SEMPLICE IL “FARE IMPRESA”

IL PROFESSOR TOMMASO MINOLA GUIDERÀ LA CDO ACADEMY: «IL LUOGO DOVE SI CREANO RELAZIONI E COMPETENZE»

L'aula di Cdo Academy sta per riaprire, riproponendosi come la preziosissima opportunità di crescere, e di affrontare meglio ogni situazione, che verrà garantita ad ogni partecipante, esattamente come sta succedendo sin dal primo giorno. Il punto di forza della lodevole iniziativa di Cdo Como è quello di analizzare al meglio le sollecitazioni che provengono dagli associati, individuare i temi che meritano particolare attenzione e coinvolgere docenti con l'iniziale maiuscola. Professionisti che hanno la capaci-

tà di affrontare gli argomenti con la massima competenza, proponendoli agli uditori con modi e parole adeguati.

Professori di altissimo livello come Tommaso Minola, docente di Ingegneria Gestionale, dell'Informazione e della Produzione all'Università di Bergamo che sarà il referente dell'Academy 2026 e che si prepara ad “istruire” i suoi “allievi” con le idee ben chiare sugli obiettivi da raggiungere: «La Cdo Academy è una bella opportunità – afferma il professor Minola – soprattutto in un periodo nel quale, per svariati motivi, fare impresa è decisamente impegnativo. Ci sono mille questioni che creano instabilità e rendono difficile fare programmazione. Discuterne e capire meglio in che direzione stiamo andando è molto utile».

“**OGGI LE PERSONE VOGLIONO ESSERE PARTE DEL PROGETTO: VOGLIONO LASCIARE IL SEGNO ALLO SVILUPPO DEL BUSINESS.**”



Qual'è la sua opinione in merito al concetto poc'anzi espresso?

«Mancano l'attitudine alla pianificazione e la capacità di coinvolgere le persone. Due aspetti che, se non valutati a dovere, in scia portano tutto il resto».

L'Academy è il luogo giusto per cominciare a parlarne?

«La Academy spiega Tommaso Minola è il luogo dove, trattando argomenti attuali, l'imprenditore può aumentare le sue competenze e creare relazioni. Due aspetti che, in scia, portano anche una più corretta e completa analisi delle incertezze. A mio parere, si possono acquisire esperienza, e competenza, anche senza partecipare ad un master. Presenziare alla Cdo Academy significa anche imparare dai colleghi, condividendo la propria esperienza personale, pur evidenziando eventuali fragilità. È fondamentale il contatto diretto con chi ha vissuto un momento particolare, traendo spunti e considerazioni che, quindi, diventano preziosi alleati per risolvere situazioni simili».

Lei ha evidenziato due punti fermi: la pianificazione e il coinvolgimento delle persone. Entriamo un po' nel merito?

«Pianificare oggi è complicato come è complicato fare impresa. La forbice tra opportunità e problemi si è ulteriormente aperta, rendendo la situazione complessiva piuttosto stressante. Oggi si riesce a pianificare entro spazi temporali ridotti. Occorre essere sempre pronti al cambiamento.

Noto che la tendenza è quella di spostarsi, sempre più, verso i costi variabili perché riducono i rischi



Il docente: Professor Tommaso Minola

per l'azienda».

Perché è difficile coinvolgere le persone?

«Perché è cambiato il quadro generale. Nella costruzione di un rapporto lavorativo, l'aspetto economico, pur importante, non è quello essenziale. Oggi si richiede la proposta con l'iniziale maiuscola. Le persone vogliono essere parte del progetto. Vogliono "lasciare il segno", partecipando attivamente allo sviluppo del business, tanto più se ha impatto sociale. Ma c'è di più: oggi all'azienda sono richieste coerenza e autenticità. Se tu, imprenditore, mi proponi un progetto che ha linee ben definite, devi essere il primo a valorizzare quel progetto, quotidianamente».

C'è poi da considerare il valore del tempo...

«Esatto. La "moneta di scambio" in

un rapporto lavorativo è cambiata. Sino a poco tempo fa il denaro “comprava” il tempo. Oggi – specifica il professor Minola – è col tempo che si dà valore al denaro».

In Cdo Academy si parlerà anche della tecnologia e del suo impatto?

«Inevitabile. Mi definisco un “entusiasta tecnologico” ma, allo stesso tempo, mi rendo conto che siamo di fronte ad una situazione delica-

ta. Tutto nasce dai piani alti: chi ci governa non facilita la comprensione sui reali aspetti della transazione tecnologica. C’è pochissima preparazione, in merito, sui modi e sui metodi utili per avvalersi della tecnologia. Le persone non cresceranno mai grazie all’intelligenza artificiale – conclude Tommaso Minola - se, prima, non si passa da una formazione consapevole circa il suo utilizzo».

“NON È PIÙ IL DENARO A COMPRARE IL TEMPO: OGGI È IL TEMPO CHE DÀ VALORE AL DENARO.”



Qualche effetto collaterale visibile



DLGL Academy

**SICUREZZA
INFORMATICA,
STRUMENTO PREZIOSO.
PER I COSTI
LE PMI FACCIANO
“CASSA COMUNE”**

L'INCONTRO DI CDO COMO AL "COOKING" DI MONGUZZO CON IL PROF. ALESSANDRO CURIONI PER IL DIGITAL INNOVATION HUB

MONGUZZO – Un messaggio chiaro e forte è stato lanciato all'incontro organizzato dalla Cdo Como giovedì 19 marzo al "Cooking" di Monguzzo e dedicato al percorso di formazione del Digital Innovation Hub. **Il tema era la sicurezza informatica considerata dagli esperti un fattore decisivo per le aziende**, sia per la loro efficienza organizzativa, sia per la difesa dei loro dati e processi gestionali. **Il problema è che per garantire una affidabile protezione è necessario investire grandi risorse finanziarie**, così cospicue che soltanto le grandi imprese possono permetterselo. **E le Pmi come pos-**

sono fare per non finire ostaggio dei criminali del web? La risposta fornita dagli esperti chiamati dalla Cdo a dare informazioni, analisi e suggerimenti agli imprenditori è stata davvero semplice: **in questo campo le piccole e medie imprese devono smettere i panni della concorrenza e indossare quelli del gruppo di acquisto solidale, devono cioè fare "cassa comune"**. Così investimenti che sarebbero davvero fuori portata potrebbero diventare accessibili anche alle microimprese.

È importante, però, che si acquisisca la consapevolezza di quanto sia diventato fondamentale e decisivo per la sorte di ogni azienda il fattore cybersecurity. **Solo così si può agire per tempo e prevenire situazioni davvero sgradevoli** che talvolta possono mettere a repentaglio la stessa vita dell'impresa. **Purtroppo, l'esperienza di questi ultimi anni dimostra che molti imprenditori si rendono conto di quanto siano imprescindibili gli investimenti in tecnologia per la sicurezza soltanto quando il danno è fatto**, cioè quando tutto è bloccato e arrivano le richieste di riscatto per cifre ingenti.

La premessa fin qui fatta è utile per inquadrare il significato dell'incontro della Compagnia delle Opere comasca. Riavvolgiamo il nastro e partiamo dall'inizio cronologico.

All'appuntamento nel ristorante di Monguzzo si sono presentati quasi un centinaio di imprenditori a comprova dell'attualità e dell'interesse dell'argomento. Il presidente Marco Mazzone ha fatto un breve saluto di benvenuto sottolineando come Cdo sia focalizzata a fornire alle imprese vicinanza e supporto concreto. Poi, il direttore Marco Molinari ha ringraziato lo chef Marco Butti di Cooking per l'ospitalità e per gli strabilianti effetti dei menu che prepara per il Como, una squadra che fa davvero sognare. Lo chef ha giocato in difesa dicendosi felice di poter accogliere gli

amici della Cdo, si è schernito per gli elogi sulle prestazioni di mister Cesc e dei suoi campioni e ha chiuso il sintetico saluto affermando che la sua partita si gioca non con parole ma con piatti gustosi.

Il direttore Molinari ha quindi invitato Matteo Torri, project manager di C-Quadra e coordinatore del Digital Innovation Hub di Cdo Como a introdurre il tema dell'incontro. L'ing. Torri ha spiegato che la riunione era un primo step di un percorso di acculturazione, sensibilizzazione e formazione che, come Digital Innovation Hub, si vuole proporre agli imprenditori associati alla Cdo. Poi, ha spiegato che **le tecnologie, anche quelle nuovissime come l'AI, sono strumenti sempre più strabilianti ma che possono dispiacere la loro potenza sia in positivo, sia in negativo. Una nuova tecnologia digitale, infatti, può dare vantaggi straordinari alle imprese ma rende ancora più pericolosi i criminali informatici.**



Da qui l'invito agli imprenditori ad abbandonare gli indugi e a chiedere un'analisi al DIH per una valutazione dello stato in cui si trova l'azienda, con i suoi punti di forza e anche di debolezza, e la possibilità di avere proposte e progetti su come intervenire oltre che un fattivo accompagnamento anche per i bandi a disposizione.

Ci siamo tenuti fin qui il titolo dell'incontro, che era "Bulimia digitale", ma solo per introdurre degnamente il brillante relatore della serata, il prof. Alessandro Curioni, docente universitario ed esperto di cybersecurity, oltre che fondatore di DI.GI. Academy e partner di S.C.L. Service SRL. Il prof. Curioni ha introdotto l'argomento partendo dalle modalità con cui il cervello umano risponde agli stimoli esterni, che sono moltissimi ogni secondo. Per non andare in tilt, il cervello si è abituato a ignorare totalmente la gran parte dei segnali che lo raggiungono e a concentrarsi in maniera specifica soltanto su quelli davvero importanti e che sono i segnali di pericolo.

Fin dalla preistoria, l'uomo ha affidato la sua sopravvivenza alla capacità di distinguere un segnale innocuo da uno mortale e alla velocità della risposta, sia che fosse l'attacco, sia la fuga. Questo parallelismo serviva per far capire agli imprenditori che, come l'uomo primitivo, anche loro oggi sono raggiunti da numerosissimi segnali e che **la loro sorte, e quella delle loro aziende, è affidata alla loro capacità di distinguere quelli inoffensivi da quelli perniciosi e quindi dalle risposte che sono in grado di elaborare.** Ebbene, ha spiegato il prof. Curioni, **la tecnologia corre a velocità inimmaginabili** e negli ultimi anni almeno quattro strumenti si sono presentati sulla scena, anche economica, come potenziali rischi e opportunità: sono la blockchain, il metaverso, l'AI (intelligenza artificiale) e il computer quantistico. Nuovi strumenti che richiedono conti-

nui e avanzati processi aziendali e sociali di digitalizzazione. Questa, però, a sua volta implica la necessità di essere connessi, anzi interconnessi, quindi di avere finestre di dialogo tra dispositivi che permettono ai malintenzionati di entrare anche senza forzare le serrature.

Ci sono - ha aggiunto il prof. Curioni - milioni e milioni di dati che ciascuno di noi (persone e aziende) mette anche inconsapevolmente in rete e che finiscono in mano ai criminali informatici. La falla più banale è quella delle password semplici e identiche per i vari account. Il cyber criminale ha avuto un'impennata negli ultimi anni perché il costo di questi dati, custoditi da apposite banche che poi li rivendono ai criminali, è andato via via riducendosi a poche decine di dollari. Inoltre, la velocità delle procedure digitali fa sì che a un cybercriminale occorrono davvero pochi minuti per violare i sistemi di protezione e introdursi nella rete aziendale (o familiare) e carpire tutto o anche per depositare un "malware" che può mandare fuori uso l'operatività dell'azienda

e quindi chiedere un riscatto per liberare il sistema.

Oggi, ha detto il prof. Curioni, il dilemma che si pone in questi casi per l'imprenditore non è più che cosa fare, ma come trattare per ridurre i costi del riscatto. Il relatore ha spiegato che le aziende sono già impegnate a rispettare norme europee sulla sicurezza informatica come il Gdpr, noto soprattutto per il trattamento dei dati, e la direttiva NIS2 per la protezione delle reti proprie e delle catene di fornitura. Ma questi adempimenti sono spesso molto costosi e soltanto le grandi imprese possono farvi fronte. **Le Pmi, però, possono fare la loro parte coalizzandosi a centinaia e a migliaia per acquistare sistemi di sicurezza potenti riducendo enormemente e rendendo davvero accessibili i costi. Insomma, come nel calcio, anche nel mondo delle imprese la tattica vincente è saper fare squadra.**

BRUNO PROFazio



“**OGGI NON VINCE CHI SI DIFENDE DA SOLO, MA CHI IMPARA A FARE SQUADRA.**”

AUTOVIEMME COMO



DA OLTRE VENT'ANNI, IL MOTORE DEL BUSINESS IN PROVINCIA DI COMO

Oltre due decenni al fianco delle imprese e delle famiglie lariane. La nostra concessionaria non offre solo auto, ma soluzioni di mobilità su misura per chi, come noi, crede nel valore del lavoro e del territorio. Esperienza, affidabilità e una visione orientata al futuro.

VIENI A TROVARCI

Lunedì-Venerdì
8.30-12.30/14.30-19.30

Sabato 8:30-12:30 / 14:30-18:30

Strada Provinciale 35 dei Giovi
25, 22070 Casnate con Bernate



Scopri Autoviemme



DALLA CHERATOSI ATTINICA AL CARCINOMA SQUAMOCELLULARE

STRATEGIE DI PREVENZIONE E IL RUOLO DELLA FOTOTERAPIA

A CURA DEL DOTT. CARLO CAMPIGLIA, DERMATOLOGO
DI AUXOLOGICO COMO

Il carcinoma squamocellulare (csc) cutaneo rappresenta la seconda neoplasia maligna della pelle per incidenza, preceduto soltanto dal carcinoma basocellulare. La sua comparsa è quasi sempre preceduta da lesioni precancerose ben identificabili: le cheratosi attiniche (ca), alterazioni epidermiche direttamente correlate all'esposizione cronica alle radiazioni ultraviolette (uv). Comprendere la continuità biologica tra cheratosi attinica e carcinoma squamocellulare è fondamentale per impostare una strategia preventiva efficace che riduca drasticamente il rischio di progressione verso la malignità.

Le cheratosi attiniche: lesioni da non sottovalutare

Le cheratosi attiniche si manifestano clinicamente come chiazze eritematose e squamose, di con-

sistenza ruvida al tatto, localizzate tipicamente nelle zone fotoesposte: volto, cuoio capelluto nei soggetti calvi, dorso delle mani, avambracci e décolleté. Colpiscono prevalentemente soggetti di fototipo chiaro, anziani con storia di prolungata esposizione solare e lavoratori all'aperto.

Dal punto di vista istopatologico, le ca mostrano atipie cheratinocitarie confinate all'epidermide: si tratta, a tutti gli effetti, di un carcinoma squamocellulare in situ. Il concetto di campo di cancerizzazione evidenzia come l'intera area cutanea fotoesposta subisca danni genomici diffusi, rendendo la gestione del paziente non limitata alla singola lesione, ma estesa all'intero distretto cutaneo a rischio.

Prevenzione primaria e secondaria

La prevenzione primaria si fonda sulla riduzione dell'esposizione ai raggi uv attraverso comportamen-

ti protettivi: utilizzo quotidiano di fotoprotettori ad alto fattore (spf 50+), indumenti protettivi, cappelli a falda larga ed evitamento delle ore centrali della giornata. Campagne di educazione sanitaria rivolte alla popolazione generale e alle categorie a rischio (agricoltori, pescatori, operai edili) rivestono un ruolo cruciale nel modificare abitudini radicate.

La prevenzione secondaria si avvale della diagnosi precoce tramite la dermatoscopia e la mappatura corporea totale, strumenti che permettono al dermatologo di individuare lesioni sospette in fase iniziale e monitorarne nel tempo l'evoluzione.

La fototerapia come strumento terapeutico e preventivo

Nel panorama terapeutico delle cheratosi attiniche, la terapia fotodinamica (pdt) occupa un posto di rilievo per la sua capacità di agire sia sulle lesioni clinicamente evi-

“ INVESTIRE NELLA PREVENZIONE E NELLA DIAGNOSI PRECOCE SIGNIFICA INTERCETTARE LA MALATTIA NEL MOMENTO IN CUI È ANCORA PERFETTAMENTE CURABILE

denti sia sul campo di cancerizzazione subclinico circostante. La pdt si basa sull'applicazione topica di un agente fotosensibilizzante — tipicamente l'acido 5-amino-levulinico (5-ala) o il suo estere metilico (mal) — che si accumula selettivamente nelle cellule atipiche. L'irradiazione con luce visibile

(generalmente rossa, 630 nm) o, nella variante daylight pdt, con la luce solare naturale, innesca una reazione fotochimica che genera specie reattive dell'ossigeno citotossiche, inducendo degenerazione e morte selettiva delle cellule precancerose con risparmio del tessuto sano circostante.

I vantaggi della pdt rispetto ad altri approcci risiedono nell'eccellente risultato estetico, nella possibilità di trattare ampie aree in un'unica seduta e nel doppio effetto terapeutico-preventivo sul campo di cancerizzazione.

Conclusioni

La gestione ottimale del rischio di carcinoma squamocellulare richiede un approccio integrato che combini educazione alla fotoprevenzione, sorveglianza dermatologica periodica e trattamento precoce e sistematico delle cheratosi attiniche. In questo contesto, la fototerapia — e in particolare la terapia fotodinamica — si afferma come strumento di elezione per la gestione del campo di cancerizzazione, contribuendo non solo alla risoluzione delle lesioni esistenti ma alla riduzione dell'incidenza di nuovi carcinomi squamocellulari. Investire nella prevenzione e nella diagnosi precoce significa intercettare la malattia nel momento in cui è ancora perfettamente curabile, con benefici individuali e un sensibile risparmio per la sanità pubblica.

La visita dermatologica

È una visita dettagliata che inizia con una revisione accurata della storia medica del paziente e delle condizioni cutanee pregresse. Durante l'esame fisico, il dermatologo analizzerà la pelle, i capelli e le unghie, cercando segni di anomalie o condizioni sospette. È importante sottolineare che solo una visita con un medico specializzato può garantire una diagnosi accurata e di conseguenza un trattamento adeguato.

La visita dermatologica è tra le numerose prestazioni disponibili in Auxologico Como, così come la fototerapia e il controllo dei nevi.

Auxologico Como è un moderno poliambulatorio della rete ospedaliera di Auxologico, con un'offerta completa, integrata e di alto livello. È situato all'**interno del centro commerciale Esselunga Camerlata, via Pasquale Paoli 6 a Como**. La sede è dotata anche di un moderno Punto Prelievi. **Auxologico dedica a tutti i soci di Cdo condizioni riservate, con scontistica fino a 30% e attesa massima di 5 giorni lavorativi.**

Per informazioni e prenotazioni:

tel 02 61911 2500

www.auxologico.it/sedi/auxologico-como

Auxologico Como, via Pasquale Paoli 6 a Como



Dott. Carlo Campiglia



DIGITAL INNOVATION HUB: LA STRADA È QUESTA

MATTEO TORRI, PROJECT MANAGER DI C QUADRA: «C'È PARTECIPAZIONE ED INTERESSE DA PARTE DELLE AZIENDE E STIAMO COMINCIANDO A "FARE CULTURA" SULL'UTILIZZO DELLE NUOVE TECNOLOGIE»

Una buona idea che sta diventando una bella realtà. L'iniziativa Digital Innovation Hub, condotta in perfetta sinergia da C-Quadra e Cdo sta riscuotendo una partecipazione ed un interesse che vanno oltre le attese, fors'anche perché i temi trattati sono di stretta attualità.

«Il coinvolgimento delle aziende è positivo e costruttivo – sottolinea Matteo Torri di C Quadra – probabilmente perché la tecnologia sta progredendo molto velocemente. Ne consegue che sempre più imprenditori sentono la reale necessità di stare al passo con i tempi e di affinare le proprie conoscenze».

Come sta procedendo il cammino?

«Ci muoviamo su più ambiti ottenendo sempre ottimi riscontri sia nell'interesse in merito agli argomenti proposti, sia nella partecipazione delle aziende. Abbiamo



IL CORRETTO UTILIZZO DELLA TECNOLOGIA È CONSIDERARLA UNO STRUMENTO CHE NON PORTA SOLO INNOVAZIONE, MA È IN GRADO DI CREARE VALORE.

puntato l'obiettivo in direzione delle tematiche più richieste dalle aziende, proponendo l'intervento di esperti esterni in grado di dare le principali informazioni e le nozioni essenziali».

«In secondo luogo – prosegue Matteo Torri – abbiamo preso in considerazione le esigenze specifiche espresse dalle imprese, proponendo loro dei contenuti "in pillola" per fornire elementi di co-

noscenza. Abbiamo raggiunto l'obiettivo perché all'interno di Cdo ci sono aziende che hanno competenze approfondite su alcuni temi di grande rilevanza nel settore dell'innovazione e della tecnologia: intelligenza artificiale, cybersecurity, tutela dei dati, privacy e via discorrendo. Aziende che si sono rese disponibili a fornire risposte ai quesiti specifici, grazie alla riconosciuta competenza. Risposte brevi ma efficaci che inoltriamo attraver-

so i canali social più abituali quale può essere una newsletter».

«In terzo luogo ci siamo adoperati per garantire supporto ad alcune delle esigenze espresse dalle aziende: la ricerca del miglior software, un utilizzo specifico della AI, oppure informazioni sul passaporto digitale, che diverrà essenziale nel comparto tessile, e altro ancora. Avendo conosciuto le potenzialità delle aziende che fanno parte di Compagnia delle Opere, noi di C-Quadra, una volta valutata l'esigenza dell'azienda, sappiamo quale indicazioni dare e quale soluzione proporre. Strada facendo si è creato un gruppo di lavoro che condivide esperienze e informazioni».

Quindi, in DIH anche l'obiettivo iniziale di "fare cultura" si sta raggiungendo?

«Stiamo muovendo passi in quella direzione. Le aziende spiega il Project Manager di C Quadra – hanno effettivamente capito che molti problemi nascono per mancanza di conoscenza degli stessi. Proprio per questo, l'informazione e la formazione delle persone sono diventate basilari. Il terreno è fertile per proseguire. Notiamo che va consolidandosi la capacità, una volta emersa un'esigen-

za, di capirne l'origine e di condividerne la soluzione».

In un mondo che viaggia velocemente, sta cambiando l'approccio verso le tecnologie più avanzate, vedi l'intelligenza artificiale?

«Il punto di partenza è sempre lo stesso, ovvero come avvicinarsi alla nuova tecnologia. L'arrivo dell'intelligenza artificiale è stato uno dei temi più dibattuti degli ultimi tempi, e continua ad esserlo, anche se, da parte delle aziende, si sta cercando di conoscerlo meglio. Il corretto utilizzo è quello di considerare la tecnologia come uno strumento che non porta solo innovazione ma che è in grado di portare del valore. Avvalersi dell'intelligenza artificiale, quindi, ha un senso se permette di migliorare le competenze della persona e, in particolar modo, permette di ottimizzare il tempo»



RELAZIONI SOLIDE, QUALITÀ, COMPETENZA: LA CRESCITA DIGITALE A PORTATA DI MANO

«ALLE AZIENDE NON SERVE SOLO LO STRUMENTO – DICE GIUSEPPE BRAMBILLA DI WAVE – MA HANNO BISOGNO DI UNA GUIDA CHE LE SEGUA PASSO DOPO PASSO»

Non è stata una teoria a far nascere Wave, ma un'esperienza concreta maturata sul campo. Dopo anni trascorsi in diverse agenzie milanesi, occupandosi della vendita di servizi digitali, Giuseppe Brambilla – oggi socio di maggioranza – si rende conto di un limite evidente: «le aziende non hanno bisogno semplicemente di strumenti, ma di una guida. Pianificare newsletter, campagne e posizionamento online sono strategie efficaci, ma spesso restano interventi isolati, incapaci di generare un reale cambiamento all'interno dell'organizzazione».

Da questa consapevolezza prende forma, nel 2013, Wave, fondata insieme ad altri due soci con l'obiettivo di: «accompagnare le piccole e medie imprese lombarde in un percorso strutturato di crescita digitale».

Giuseppe Brambilla, laureato in comunicazione a Lugano, porta con sé non solo competenze tecniche, ma soprattutto uno sguardo orientato alla relazione e al lungo periodo, elementi che diventano centrali nel modello dell'azienda.

I primi anni non sono semplici. Come accade spesso nei progetti imprenditoriali, la direzione non è immediatamente definita e il modello viene costruito progressivamente, anche attraverso svariati tentativi.

**“ LE AZIENDE NON HANNO BISOGNO
SEMPLICEMENTE DI STRUMENTI,
MA DI UNA GUIDA**

È proprio in questa fase che emerge con maggiore chiarezza l'identità di Wave: non un'agenzia che si limita a vendere servizi digitali, ma un partner che costruisce insieme al cliente un progetto di sviluppo, condividendo obiettivi, strumenti e risultati. La svolta arriva con una scelta precisa, per certi versi controcorrente: «puntare sulla qualità più che sulla quantità. Abbiamo deciso di limitare il numero di aziende seguite – circa 30-35 all'anno – per poter lavorare in profondità e instaurare relazioni solide e continuative. I percorsi avviati hanno una durata minima di quattro anni, a testimonianza di un metodo che richiede tempo, fiducia e continuità per produrre risultati concreti».

Elemento distintivo è anche il modo in cui il team opera. I professionisti di Wave non lavorano solo dall'esterno, ma

entrano nelle aziende, affiancando imprenditori e collaboratori e dedicando parte della settimana direttamente presso il cliente: «Questo approccio consente di comprendere meglio le dinamiche interne e di costruire soluzioni realmente aderenti alle esigenze dell'impresa, evitando logiche standardizzate. In questa prospettiva il digitale non è più un insieme di strumenti, ma diventa un percorso. Un percorso fatto di ascolto, metodo e costruzione nel tempo, capace di generare valore reale e duraturo».

È proprio questa attenzione alla relazione e alla crescita condivisa che rende Wave un'esperienza significativa all'interno della rete Cdo, dove il fare impresa si lega alla volontà di costruire sviluppo sostenibile. Questo metodo consente alle aziende di affrontare il cambiamento con maggiore consapevolezza, trasformando il digitale in una leva concreta di sviluppo e non in un semplice insieme di strumenti.

Giuseppe Brambilla di Wave





PADEL 007: NON SOLO CAMPI E PARTITE MA L'OPPORTUNITÀ DI CREARE RAPPORTI

STANISLAV STEFANOV SPIEGA LA MISSION: «DA NOI NON SI PRATICA SOLO SPORT, MA SI INCONTRA UN MODO DIVERSO DI VIVERE IL TEMPO LIBERO»

Non è nato solo dall'idea di aprire un centro sportivo, ma dal desiderio di creare qualcosa di diverso, capace di lasciare un segno. Padel 007 prende forma a Erba come un progetto che unisce sport e visione imprenditoriale, dando vita a uno spazio in cui ogni dettaglio è pensato per offrire un'esperienza completa, che va oltre il semplice gioco e diventa occasione di incontro e condivisione.

In cabina di regia c'è Stanislav Stefanov, fondatore del circolo, che porta con sé oltre vent'anni di esperienza nel mondo dell'interior design. È proprio questo percorso a segnare profondamente l'identità del progetto: «Padel 007 non è solo funzionale – spiega – ma anche esteticamente curato, costruito con materiali di prima qualità e con un'attenzione costante alla scelta delle finiture, degli arredi e della luce. Ogni elemento è studiato per

valorizzare lo spazio e renderlo accogliente, moderno e riconoscibile, creando un ambiente in cui le persone possano sentirsi a proprio agio fin dal primo ingresso».

Entrando nella struttura si percepisce immediatamente questa cura. I campi, moderni e performanti, si inseriscono in un contesto progettato per garantire comfort e qualità, mentre gli spazi comuni invitano a fermarsi, a vivere il centro anche oltre la partita.

«Il padel è solo una parte dell'esperienza, che si amplia in un ambiente pensato per favorire relazioni, tempo condiviso e benessere. Non è solo sport, ma un modo diverso di vivere il tempo libero, capace di unire attività fisica e socialità».

Anche il nome racconta qualcosa di personale e significativo: «"007" nasce da un intreccio di significati:

da un lato l'anno di nascita di mia figlia, dall'altro la passione per l'universo di James Bond. Un richiamo che ritorna anche con "Spectr", il ristorante che abbiamo al nostro interno. Ho voluto così costruire un'identità forte e coerente, capace di distinguersi e rendere il centro immediatamente riconoscibile».

Padel 007 è quindi il risultato di un percorso che mette insieme competenze diverse e una visione chiara: costruire un luogo che non sia solo sportivo, ma anche relazionale e identitario. Tornei, eventi e momenti di incontro diventano parte integrante di un progetto pensato per essere vissuto, creando una vera e propria comunità attorno allo sport e al tempo condiviso.

In un contesto in cui il padel è in forte crescita, la differenza la fa proprio questo approccio: «Non vogliamo limitarci ad offrire campi, ma vogliamo creare l'opportunità di costruire un'esperienza completa, curata e riconoscibile».

Parole che rappresentano la realtà: in questa attenzione al dettaglio, nella qualità degli spazi e nella capacità di creare un ambiente unico Padel 007 trova la sua forza, diventando un punto di riferimento per chi cerca qualcosa di più di una


LA SCHEDA

Padel 007 è progettato come spazio premium: due campi indoor di ultima generazione e un'offerta integrata che include lounge bar, ristorante e shop sportivo. L'obiettivo non è solo far giocare, ma costruire un'esperienza completa unendo sport, socialità e benessere in un ambiente moderno e accogliente.

semplice partita e desidera vivere lo sport in modo nuovo e coinvolgente. Questo progetto dimostra come una visione chiara, unita a competenze solide, possa trasformare un'idea in un luogo capace di generare valore nel tempo.

“NON VOGLIAMO LIMITARCI AD OFFRIRE CAMPI, MA VOGLIAMO CREARE L'OPPORTUNITÀ DI COSTRUIRE UN'ESPERIENZA COMPLETA, CURATA E RICONOSCIBILE.





PRECISIONE, QUALITÀ E SOSTENIBILITÀ: È QUESTO IL “SEGRETO” DI **FRANCHI LASER**

SILVIO FRANCHI E LA NIPOTE CASSANDRA MANTEGONO VIVA LA TRADIZIONE DELL'AZIENDA MA SONO ATTENTI A TUTTO CIÒ CHE È INNOVAZIONE E RISPETTO DELL'AMBIENTE

Nel cuore del territorio comasco, a Proserpio, opera **Franchi Laser**, realtà storica della carpenteria metallica guidata da Silvio Franchi insieme alla nipote Cassandra. Un'azienda che unisce esperienza e visione contemporanea, capace di evolversi nel tempo mantenendo salde le proprie radici familiari.

Fondata negli anni Ottanta, Franchi Laser ha costruito nel tempo una **solida reputazione nel settore delle lavorazioni metalliche conto terzi**, grazie a competenze tecniche consolidate e a un costante investimento in innovazione.

L'attività dell'azienda si sviluppa principalmente nella lavorazione della lamiera e dei metalli, con servizi che spaziano dal taglio laser e waterjet 2D e 3D, alla piegatura, saldatura e prototipazione. Un'offerta ampia e flessibile che con-

sente di rispondere alle esigenze di diversi settori, dall'industria all'edilizia, fino alla realizzazione di oggetti personalizzati e soluzioni su misura.

«La capacità di affiancare il cliente lungo tutte le fasi del processo produttivo – sostiene Silvio Franchi – **rappresenta uno degli elementi distintivi dell'azienda, che punta su precisione, affidabilità e qualità del risultato finale.** Ciò che distingue Franchi Laser non è solo la qualità tecnica delle lavo-

“ LA CAPACITÀ DI AFFIANCARE IL CLIENTE LUNGO TUTTE LE FASI DEL PROCESSO PRODUTTIVO RAPPRESENTA UNO DEGLI ELEMENTI DISTINTIVI DELL'AZIENDA.



Alcune lavorazioni targate "Franchi Laser"

LA SCHEDA

Azienda con sede a Proserpio specializzata nella carpenteria metallica leggera e nelle lavorazioni su misura, dalla progettazione alla realizzazione. Opera conto terzi su piccole e medie produzioni, utilizzando tecnologie avanzate come taglio laser, waterjet 2D/3D, piegatura, punzonatura e saldatura su diversi materiali.

razioni, ma anche un'attenzione concreta ai temi della **sostenibilità e dell'impatto ambientale**. La nostra azienda si impegna infatti a utilizzare, ove possibile, **materiali riciclati e a ridurre gli sprechi all'interno del ciclo produttivo**, adottando soluzioni che favoriscono l'ottimizzazione delle risorse e una gestione più efficiente delle materie prime. Questo orientamento si traduce in scelte operative precise, che mirano a **coniugare produttività e responsabilità ambientale**.

In questa direzione si inserisce anche l'attenzione all'innovazione tecnologica, con l'introduzione costante di macchinari di ultima generazione e strumenti ad alta efficienza energetica: «La nostra azienda investe in tecnologie avanzate non solo per migliorare le prestazioni produttive, ma anche per ridurre l'impatto ambientale complessivo delle lavorazioni, scegliendo soluzioni sempre più sostenibili dal punto di vista energetico e operativo».



Il passaggio generazionale, rappresentato dalla presenza di Cassandra Franchi accanto allo zio Silvio, testimonia inoltre la volontà di guardare al futuro mantenendo continuità con la tradizione. Un **equilibrio tra esperienza e rinnovamento** che permette all'azienda di affrontare le sfide del mercato con uno sguardo dinamico, mantenendo al centro la qualità del la-

voro e la capacità di adattarsi alle nuove esigenze del settore.

Franchi Laser rappresenta così una realtà in cui innovazione, sostenibilità e competenza si intrecciano in modo concreto, dando forma a un modello imprenditoriale capace di crescere nel tempo senza perdere di vista il proprio impatto sul territorio e sull'ambiente.

ERO L'ULTIMO DELLA CLASSE MA ORA SO CREARE PEZZI UNICI

INCONTRO RAVVICINATO CON GIOVANNI PAOLO BIANCHI, COSTRUTTORE DI MOBILI A CAVALLASCA

Una "storia dal territorio" particolare già dal nome del protagonista: Giovanni Paolo. Lui è un giovane imprenditore di origine milanese che vive a Cernobbio con la moglie Maddalena e quattro splendidi pargoli (Rachele, Elena, Michele, Ester) e che da qualche anno ha aperto la sua attività a Cavallasca diventando un falegname speciale, un artista dei mobili, un costruttore di pezzi unici. Giovanni Paolo Bianchi ha fondato la Falegnameria GPB, ovviamente le sue iniziali, nel 2017 assieme a Maddalena, che è arredatrice di interni.

Prima ancora di mettere piede nella sede di via Cavour, la curiosità sorge inevitabilmente sul nome doppio. Come mai ti hanno chiamato così? "Sono l'ultimo di quattro figli. Sono nato nel 1988, mia mamma voleva chiamarmi Paolo, mentre i miei fratelli (due sorelle e un fratello) le hanno detto "ma perché non lo chiamiamo come il Papa Giovan-

ni Paolo?" Così quando sono nato hanno fatto un disegno e lo hanno mandato al Papa con una lettera raccontando questa scelta. È arrivata la risposta ai miei fratelli, ovviamente scritta dalla segreteria, che da allora teniamo incorniciata".

Come hai conosciuto Maddalena?

"Io ho cominciato a lavorare da un falegname a Buccinasco subito dopo la maturità e lei bazzicava all'interno della comunità del paese. Così ci siamo incontrati. Poi nell'estate abbiamo fatto un pellegrinaggio a Częstochowa, in Polonia, e ci siamo conosciuti meglio. Mi sono dovuto dichiarare ben tre

volte in due anni, ma alla fine l'ho portata a casa. Ne è valsa la pena assolutamente. A maggio festeggiamo dieci anni".

Che studi hai fatto?

"Lo scientifico a Milano alla "Alexis Carrel", una buona scuola per la formazione. Ho fatto un po' fatica, sono anche stato bocciato un anno, ma sono riuscito a finirla e a diplomarmi. Ero praticamente l'ultimo della classe, ma una bellissima classe dove ci si aiutava vicendevolmente. Allora mi sono detto: ho dato tutto, ora basta studiare. Avendo due sorelle laureate, il fratello medico del lavoro, mio padre dottore oncologo con due lauree,

“NEL MIO ESSERE CRISTIANO SENTO CHE È BELLO FARE QUALCOSA DA LASCIARE AGLI ALTRI. AL CLIENTE.”



mia mamma - assistente sociale che ha insegnato anche in Cattolica - non l'ha presa bene e anche se ero il più piccolo mi spingeva ad andare avanti a studiare. È stata una bella lotta. Alla fine, siccome lei aveva tenuto qualche corso anche in Cometa, mi ha portato lì per parlarne a Erasmo (Figini) e lui ha preso la mia parte. Ho continuato a lottare un po' con i miei. Così dopo la maturità mi sono rivolto a un mio compagno di classe di Buccinasco che aveva un vicino falegname e mi sono proposto. Lui ha detto "sì, va bene" e a settembre ho cominciato subito a lavorare lì. Dopo qualche mese, ho capito che mi piaceva tantissimo, ma sentivo che mi mancava qualcosa ed era lo studio, la formazione in quel campo. Ho iniziato a fare corsi serali, un corso di restauro e qualcosa d'altro ma non c'erano molte occasioni. Ho seguito corsi promossi dalla Regione

al Terragni di Meda per due anni e poi allo IED (Istituto Europeo di Design) di Milano altri corsi serali perché di giorno lavoravo in falegnameria. Nel frattempo, mi hanno preso a Cometa, prima come falegname e poi come docente fino al 2016 ma vedevo che mi prendeva tanto tempo. Nel 2013 avevo aperto la mia partita Iva per avviare un mio percorso pur continuando a collaborare con Cometa. Nel 2017 ho lavorato un po' in Canton Ticino in una piccola falegnameria dove ho imparato l'organizzazione e l'utilizzo dei software. Loro facevano milioni di fatturato anche con poche persone e avevano una grande produzione".

Quando hai aperto la tua attività, facendo il grande salto?

"Mi ero reso conto che non avevo un mio luogo e così con Maddalena nel 2018 abbiamo trovato que-



Giovanni Paolo Bianchi di Falegnameria GPB

“OGNI PROGETTO È DIVERSO DALL'ALTRO: È UN LAVORO DI SARTORIA, FATTO DI CURA, RAPPORTO UMANO E ATTENZIONE AL CLIENTE.”

sto piccolo posticino a Cavallasca e siamo partiti con la nostra falegnameria. Così abbiamo avviato la nostra attività artigianale vicino a Cernobbio dove viviamo”.

Perché ti piace fare il falegname?

“Perché ogni progetto è diverso dall'altro. È un lavoro di sartoria e poi c'è un rapporto umano con il cliente. Realizzi qualcosa per lui che si inserisce in un contesto. Mi piace il legno come elemento, soprattutto il legno massello che è la cosa più bella da lavorare. Senti i profumi, lo senti al tatto e devi capire qual è la parte da utilizzare e dargli uno scopo”.

Come siete organizzati nel lavoro?

“Noi ora di fatto siamo in cinque. Ero partito da solo nel 2018 e siamo cresciuti tanto. Ho chiesto a

Cdo una mano per essere aiutato a sviluppare l'azienda. Ci sta seguendo Pietro Bazzoni, che ci sta dando una grande mano sia a livello manageriale che umano. Poi, Maddalena è rientrata a gennaio in ditta ed è subito stata un tornado, ma positivo. Lei è molto importante. Questa realtà è possibile perché c'è lei. Con noi ci sono Deborah, 24 anni, che abbiamo assunto, è disegnatrice, c'è Mirko, 27 anni, falegname, Paolo, 34 anni, assunto nel dicembre di due anni fa, voleva proprio fare il falegname”.

C'è un tipo di mobile che preferisci?

“Per me partire dalla tavola, dal legno massello, è la cosa più bella che si possa fare. Nel mio lavoro è bello anche ingegnarsi a capire qual è la soluzione migliore, quale ferramenta, come costruire e con quale incastro perché possa dura-

re, avere una linea pensata bene. Forse il pezzo più interessante è il tavolo perché è un mobile molto usato. Tra i lavori che mi hanno dato maggiore soddisfazione c'è quello fatto a Roma a casa di una discendente Fendi per la quale abbiamo realizzato un'intera “boiserie”. Lo abbiamo fatto con il nostro collaboratore Riccardo. Comunque, un'opera che ci resterà nel cuore e che rimane. Quando una cosa è bella ed è utile ti dà tanta soddisfazione”.

Qual è il tuo sogno?

“Vorrei che la falegnameria fosse strutturata in modo da essere in grado di andare avanti da sola, anche se non ci sarò io. Nel mio essere cristiano sento che è bello fare qualcosa da lasciare agli altri”.

BRUNO PROFazio

CAMBIA IL MAGAZINE MA RESTA IDENTICO IL NOSTRO IMPEGNO PER CRESCERE INSIEME

Col passare del tempo ci siamo resi conto, con grande soddisfazione, del crescente interesse verso il nostro magazine, uno strumento che abbiamo ideato per rafforzare il senso di appartenenza e offrire l'opportunità di mettere in evidenza le storie imprenditoriali che rendono eccellente la nostra associazione e, di riflesso, il nostro territorio. Buone intenzioni che voi tutti avete saputo interpretare ancora meglio di quanto potessimo sperare e che sono oggi all'origine di un ulteriore passo avanti che desideriamo compiere. La risposta ricevuta in questi mesi, infatti, ci ha confermato che la direzione intrapresa è quella giusta: raccontare esperienze vere, valorizzare le persone, dare spazio a chi ogni giorno costruisce impresa e comunità.

Mi spiego meglio: ora che sappiamo di aver imboccato la strada corretta per quanto riguarda i contenuti da proporre, abbiamo fatto un'attenta valutazione anche sulla "cornice" necessaria per rendere ancora più prezioso il lavoro svolto. Da qui nasce l'idea del restyling che potete vedere e, ci auguriamo, apprezzare già da questo numero. Abbiamo pensato a una rivista più corposa nei contenuti ma anche capace di rispondere a un'esigenza grafica più moderna, accattivante e ordinata, che inviti alla lettura fin dal primo impatto. Più storie, più approfondimenti, più spazio alle esperienze e

ai volti che danno valore alla nostra rete, inseriti in un contesto grafico più gradevole e armonioso: è questo l'obiettivo che ci proponiamo di raggiungere nei due appuntamenti annuali che porteremo alla vostra attenzione.

Un magazine più curato e completo, quindi, ma nel contempo continueremo a proporre e a seguire, con la minuziosa attenzione di sempre, tutte le altre iniziative che ci vedranno impegnati sul piano organizzativo e formativo. Per noi questo restyling non rappresenta un punto di arrivo, ma un nuovo modo per accompagnare con ancora maggiore efficacia il percorso di crescita della nostra associazione. Penso a Cdo Lab, strutturato in quattro appuntamenti, che abbiamo voluto dedicare a uno degli argomenti più attuali, delicati e affascinanti del nostro tempo: l'intelligenza artificiale. Riteniamo sia nostro dovere contribuire a colmare una lacuna di cui spesso si parla ma che ancora troppo raramente viene affrontata in modo serio e concreto: quella di offrire una corretta informazione e strumenti utili per un utilizzo consapevole. Penso a Cdo Academy, un progetto del quale andiamo tutti orgogliosi perché rappresenta una delle espressioni più belle della nostra idea di associazione: unire l'analisi dei cambiamenti del presente alla valorizzazione delle relazioni tra persone. Come ha detto il professor Tommaso Minola nell'intervista che ci ha rilasciato, creare competenza partendo dalla condivisione di un'esperienza vissuta vale spesso più della partecipazione a un master. È una riflessione che sentiamo profondamente nostra e che continua a guidare il nostro lavoro.

L'ultimo pensiero va un po' più in là nel tempo, in direzione Rimini. Quest'anno sarà un Meeting di quelli che lasciano il segno nella mente e nel cuore: arriverà Papa Leone XIV, per un incontro che si preannuncia emozionante e intenso, come quello che ci regalò Karol Wojtyła, Papa Giovanni Paolo II. Sarà un'occasione speciale per tutti coloro che vi prenderanno parte e, anche per questo, Cdo Como sarà presente con una propria delegazione, pronta a vivere da vicino un momento così significativo e a dividerne il valore, le domande e la bellezza dell'esperienza. Non vediamo l'ora di poter vivere insieme questa occasione, certi che anche da appuntamenti come questo possa nascere nuovo slancio per il nostro cammino comune. Perché, anche se il magazine cambia veste, resta immutato ciò che conta davvero: il desiderio di crescere insieme, mettendo al centro le persone, le imprese e il valore delle relazioni.



REALTA' IN MOVIMENTO

unicar

Produrre e distribuire: due obiettivi, un'unica passione.

carer
Electric Forklift Trucks



Yale
LIFT TRUCK TECHNOLOGIES



PROGETTISTA E COSTRUTTORE

Leader globale nella produzione di carrelli elevatori elettrici, con sede a Cotignola (RA).
Dal 1976, design, progettazione e customizzazione di soluzioni a zero emissioni.

carerforklift.com



DISTRIBUTORE CARRELLI HYSTER E YALE

Dealer di carrelli elevatori Hyster e Yale sul mercato italiano, con sede a Nibionno (LC).
Presente con una rete di 7 filiali e 26 subdealer su tutto il territorio nazionale.

unicar-yale.it



BRIC'S
M I L A N O



Como - Piazza Perretta | Olgiate Comasco - Via Roma | Milano - Galleria Vittorio Emanuele II
brics.it