

CAti unicum

by CARITAS TICINO

Una nuova attività del Programma Occupazionale di Caritas Ticino che unisce Green Economy, creatività e rifiuto 0%

di NICOLA DI FEO

L'esperienza dei Programmi Occupazionali di Caritas Ticino vive da anni la sfida di offrire luoghi di lavoro significativi per le persone segnalate dall'Ufficio Regionale di Collocamento a servizio della loro reintegrazione nel mercato e, al contempo, la necessità che le attività proposte siano commercialmente interessanti. Questa premessa ha portato gli operatori a interrogare costantemente la validità del proprio servizio, sia in termini di sostegno al collocamento, sia per potersi adeguare ad un mercato in continua evoluzione.

L'attività di riciclaggio e vendita di oggetti usati ha radici lontane. L'attuale CATISHOP.CH, un tempo conosciuto come il Mercatino di Caritas, è stato il primo Programma Occupazionale dell'Organizzazione. Nei quasi trent'anni di servizio ha attraversato molte evoluzioni e trasformazioni: da un punto di vista del servizio alla persona professionalizzando il personale e adottando strumenti differenti di accompagnamento, in termini commerciali determinando un suo stile di vendita e affinando i processi produttivi. La sfida di risultare credibili ed efficaci è tuttora in essere.

Tutte le attività produttive di Caritas Ticino hanno un comune denominatore che oggi potrebbe essere riconducibile al termine *Green Economy* per cui il riciclaggio, la salvaguardia ambientale, la cura dei processi e il tentativo di determinare filiere virtuose sono da molto tempo tra gli obiettivi primari dell'Organizzazione. I CATISHOP.CH conservano ancora ampi margini di applicazione, soprattutto laddove lo scarto rappresenta una percentuale importante del materiale lavorato. Per quanto concerne il mobilio, diversamente da quanto accade nei settori del riciclaggio di

materiale elettronico e tessile dove lo scarto è minimo ed in continua evoluzione, c'è una tendenza inversa essendo questi tipi di prodotti sempre più sterili in qualità e quindi sempre più suscettibili di deterioramento. Smaltiamo ancora oggi decine di tonnellate di materiale l'anno perché commercialmente non interessante. Ciò è in completa controtendenza con quanto accade in molti paesi industrializzati, dalla vicina Italia agli Stati Uniti dove, la trasformazione di oggetti *démodé* crea prodotti unici, utili e interessanti commercialmente. Quest'attività di trasformazione prende il nome di *Up-cycling*, ed oggi rappresenta una nicchia fertile del mercato. Dopo un'attenta analisi dei flussi di materiale che lavoriamo, delle competenze maturate in tanti anni di servizio in questo settore, interrogati i nostri clienti e il potenziale che la rete digitale offre, considerata l'esigenza di continuare a voler offrire un'esperienza credibile ai nostri assicurati, consapevoli che la sostenibilità non è un dato acquisito ma è il prodotto di un continuo divenire di condizioni sociali ed economiche, abbiamo ritenuto opportuno ipotizzare un ampliamento delle attività dei nostri *Catishop.ch* nella direzione dell'*Up-cycling*. Nasce così *Catiunicum*, un marchio, l'espressione di un'idea, la creazione di pezzi unici mediante una lavorazione artigianale di materiale altrimenti considerato rifiuto.

I risvolti di questa attività saranno:

- riduzione del materiale smaltito quindi riduzione dell'impatto ambientale e abbattimento dei costi;
- sviluppo e proposta agli assicurati di attivazione/acquisizione di competenze trasversali: artigianali, commerciali e artistiche, ovvero l'offerta di un contesto formativo coerente con l'esigenza attuale di acquisire competenze differenti soprattutto per quella fascia di lavoratori senza formazione che è

abituamente impiegata in lavori manuali.

- produzione di un marchio aziendale che identifichi i nuovi prodotti poichè unici e irripetibili, con un conseguente ritorno di immagine indispensabile nel nostro ambito di riferimento. Ampliamento dell'offerta ai clienti istituzionali, determinando un luogo dove professionalità di nicchia troverebbe spazio di applicazione.

- *improvement degli utili aziendali migliorando la qualità dell'offerta dei nostri CATISHOP:CH, in controtendenza con quanto normalmente accessibile sul mercato dove la lavorazione industriale e l'utilizzo di materiali secondari produce in gran parte prodotti di bassa qualità.*

- *ampliamento della rete commerciale dell'Organizzazione, a servizio della possibilità di radicarsi in un network virtuoso di aziende potenzialmente ricettive dal personale disoccupato impiegato presso le nostre strutture.*

Perché l'attività abbia luogo ci deve essere necessariamente una prospettiva di sostenibilità, plausibile se si assume come metodo applicativo questo assioma: ciascun progetto di *restyling* deve risultare efficiente ed efficace, ovvero le risorse impiegate per la realizzazione di qualsiasi prodotto devono produrre un indotto economico coerente con le risorse impiegate. Diversamente, oltre a non garantire la continuità del servizio in termini economici, riprodurrebbe circostanze di lavoro fittizie, incompatibili col mercato, infruttuose per il percorso di ricollocamento degli assicurati, determinando un disservizio alla persona. A luglio siamo partiti, abbiamo assunto un operatore che se ne occupa, e questo è il primo grande successo. Ognuno di noi metterà tutto il suo estro, la sua esperienza e creatività per garantire la continuità di questa nuova sfida, sperando di divertire e incuriosire i nostri clienti, lottando come sempre per poter essere quanto possibile a servizio degli altri. ■