

Confindustria Giovani
«Le aziende vadano incontro ai ragazzi»

FERRAJOLI A PAGINA 8



Matteo Vavassori
Giovani industriali

Le esigenze dei giovani sono diverse da chi li ha preceduti: un'azienda moderna ha il dovere di intercettarle



«Nell'industria giovani indispensabili per traghettare le aziende nel futuro»

Valore aggiunto. Il presidente dei giovani di Confindustria Bergamo Vavassori: «Passaggio generazionale cruciale, il mondo corre veloce». E avverte: «I ragazzi tengono alla qualità della vita, se un'azienda non si adegua li perde»

LUCIA FERRAJOLI

Il 65% delle aziende con fatturato sopra i 20 milioni di euro è a conduzione familiare. Secondo i dati Istat, però, solo il 30% arriva alla seconda generazione e appena il 13% alla terza. «Il valore aggiunto che si disperde è enorme», fa presente Matteo Vavassori, presidente Gruppo Giovani di Confindustria Bergamo, che conta oltre 200 associati, eterogenei per dimensione aziendale e per tipologia, «perché abbracciamo industria e servizi, ma anche perché fra di noi ci sono sia imprenditori di prima generazione, che hanno fondato start up innovative, sia figli di imprenditori o manager in posizione apicale».

Vavassori è business development manager di Interseals di Capriolo, impresa di famiglia nella quale è entrato dopo essersi laureato in Economia aziendale all'Università di Bergamo nel 2016. «Il passaggio generazionale è cruciale - fa presente -

I giovani sono portatori di un pensiero divergente, critico, ma anche entusiasta e innovativo: la loro voce è necessaria per traghettare le aziende nel futuro. Anche perché il mondo corre sempre più veloce. Io appartengo ai figli degli anni Novanta che hanno frequentato le biblioteche, ma oggi usano chatGpt. Anzi, ormai siamo alla generazione

TikTok, abituata a contenuti non più lunghi di un minuto: l'attrazione deve scattare nei primi 5 secondi, altrimenti si passa oltre». Questo ha riflessi sulla retention aziendale: «Se un lavoratore non si trova bene dall'inizio, cambia subito».

Anche nei percorsi di formazione «è diventato più difficile catturare l'attenzione dei giovani. Per non parlare del fatto che la pandemia ha rivoluzionato i luoghi stessi della formazione: oggi non serve uno spazio fisico, si può fare da remoto, e in futuro ci si potrebbe incontrare nel metaverso».

La pandemia accelerato questa rivoluzione. «Noi giovani im-

prenditori - avverte Vavassori - non dobbiamo commettere l'errore di fissarci sui problemi contingenti, che pure esistono, ma focalizzarci sul futuro: dobbiamo iniziare oggi a seminare nuovi approcci e buone prassi per raccogliere i frutti più avanti».

Tema centrale è la sostenibilità aziendale, «che non riguarda solo l'impatto ambientale, ma la capacità di attirare e trattenere talenti per garantire il ricambio generazionale: è la capacità dell'azienda di essere operativa nei prossimi anni. I giovani hanno un concetto innato di sostenibilità, quindi gli attuali capitani d'azienda devono dialogare con loro per poter recepire anzitempo le aspettative sul prodotto e arrivare pronti sul mercato».

Chi entra in azienda vuole seguire un percorso di crescita professionale che tenga conto della qualità della vita. «Una delle prime richieste è la possibilità di fare telelavoro. Se non si è in grado di rispondere a questi bisogni è impossibile attrarli e trattenerli - racconta Vavassori -. Altra cosa fondamentale è l'identità aziendale: i giovani della generazione Z hanno bisogno di sposare l'azienda, devono identificarsi nel brand: sono na-

tivi digitali, abituati a far parte di una community, e un'azienda è attrattiva se è spendibile sul mondo social. In più, i giovani sono globe trotter, per loro il posto fisso non è più un valore». Se cambia il paradigma del lavoro, deve cambiare anche l'organizzazione aziendale. Confindustria Bergamo ha istituito una task force sulla gestione risorse umane. «Occorre agire pure sul marketing aziendale - sostiene Vavassori -: accanto al B2B per i clienti industriali e al B2C per i consumatori finali, dovremmo pensare al B2E, business to employees, cioè l'azienda che si propone ai possibili candidati».

Per Vavassori «l'industria 4.0 che ha fatto fare un salto tecnologico senza precedenti alle imprese: i giovani devono prepararsi all'industria 5.0, che partirà con gli attuali capitani d'azienda, ma dovrà essere gestita da noi. Dobbiamo acquisire le competenze attuali, ma anche coltivare quelle del futuro. Senza dimenticare che viviamo in un contesto ricco di opportunità: ci sono tanti lavori che fino a pochi anni fa non esistevano, dalla blockchain all'Intelligenza artificiale. Ma al centro della fabbrica resterà sempre l'uomo».