

Realtà

Industriale delle Marche

Speciale Giovani - 2012

Poste Italiane Spa - Sped. in abbonamento postale -70% - Commerciale Business - Ancona anno 2008

postatarget
creative
CINANG932008
Posteitaliane



**DAI IL VIA ALLA
PRIMAVERA
ITALIANA.**

**IL TUO CONTRIBUTO
IN 120 SECONDI
PER RICOSTRUIRE
UN'ITALIA NUOVA.**



CONFINDUSTRIA
Marche



ABBIAMO
a **cuore**
L'AMBIENTE



TRASPORTO E SMALTIMENTO RIFIUTI INDUSTRIALI **BONIFICA**
SERBATOI PROVA DI TENUTA E COLLAUDO BONIFICHE
AMBIENTALI **PULIZIE INDUSTRIALI AD ALTA PRESSIONE**
ASPIRAZIONE E RILANCIO MATERIALE GHIAIOSO E POLVEROSO
SPURGO E RIPRISTINO LINEE FOGNARIE VIDEOISPEZIONE
PROVA DI TENUTA RETI CUTTING (FRESATURA) **ESCAVATORE**
A RISUCCHIO RELINING (RISANAMENTO FOGNARIO NON DISTRUTTIVO)

CI SIAMO TRASFERITI A **JESI (AN)** • info@pavoniecologia.com

 **0731 220100**

 **EMERGENZE 24hr**
348 5863162

SPECIALE GIOVANI

<i>Mascarucci</i> . Comitato regionale: idee e progetti ...	3
<i>Ottavi</i> . I giovani mettono in circolo idee nuove	7
<i>Ferrini</i> . Restare in Italia? Solo se conviene	9
<i>Morelli</i> . Nel nostro paese il "merito" fa paura	10
<i>Varvelli</i> . Emozioni, non solo fatti	13
<i>Speech time</i> . Sì, viaggiare	14
<i>Speech time</i> . L'Italia non è un paese attraente	16
<i>Boldrin</i> . Giovani: cambiate la classe politica!	19
<i>Serra</i> . Parola chiave: semplificare	21
La primavera Italia diventa disegno	23
Partire o restare? Questo è il dilemma	24
<i>Pesaresi</i> . Quando un territorio è competitivo	26
GI Ancona . Conoscersi e fare rete	28
GI Pesaro . Ci piace la contaminazione con culture straniere	30
GI Macerata . Formazione, passaggio generazionale e start up	32
GI Ascoli . Un grande gioco di squadra	34
GI Fermo . Quella voglia di osare e di intraprendere non deve mai venir meno	36
Fotocronaca	38

Anno XXIX

Speciale Giovani 2012

Publicazione edita dalla SO.GE.S.I. S.r.l.

Via Roberto Bianchi - 60131 Ancona

Direttore Responsabile: Martino Martellini

Speciale a cura di Tiziana Petrelli

Hanno collaborato:

Maria Giovanna Gallo, Mariapia Harej,

Naida Costantini, Tamara Ciarrocchi.

Foto: STUDIOBISKO di Spadoni silvano, archivio

Confindustria

Progetto grafico e realizzazione grafica:

Lara Diamante

Reg. Tribunale di Ancona n. 14 del 4/4/1984

Concessionaria pubblicità: SO.GE.S.I. S.r.l.

Via Filonzi - 60131 Ancona

Tel. 0712900230 - Fax 0712866831

Stampa: ERREBI Grafiche Ripesi - Ancona.

Abbonamento annuo Euro 10 da versare

all'Editore sul c/c postale n. 11266608 -

E' consentita la riproduzione, parziale o

integrale degli articoli e delle notizie, purché

espressamente autorizzata dall'Editore e purché

vengano citati la fonte e l'autore. Gli articoli e

le notizie possono non rispettare le posizioni

di Confindustria Marche, Confindustria Ancona,

Confindustria Pesaro, Confindustria Macerata,

Confindustria Ascoli e Confindustria Fermo

e dell'Editore, che per altro li ritengono un

contributo sul piano dell'informazione e

dell'opinione.

La collaborazione alla rivista è subordinata

insindacabilmente al giudizio dell'Editore.

A Pesaro il VII° Forum Giovani Imprenditori di Confindustria

L'edizione 2012 del Forum dei Giovani Imprenditori di Confindustria Interregionale del Centro si è tenuta a Pesaro venerdì 23 novembre presso l'Hotel Excelsior, alla presenza del Presidente nazionale Jacopo Morelli e in concomitanza con il Consiglio Centrale e la Consulta di tutti i Presidenti dei Giovani Imprenditori delle diverse territoriali italiane.

“Chiediamo azioni pragmatiche volte a recuperare e a migliorare l'attrattività dell'Italia come terra di opportunità e di realizzazione non solo individuale ma anche collettiva – spiega Francesco Mascarucci, Presidente dei Giovani Imprenditori di Confindustria Marche - Tutto questo è ben riassunto nello slogan PRIMAVERA ITALIA che nella sua duplice veste di freschezza primaverile e rinnovamento radicale, richiama la necessità di un forte cambiamento, di una rivoluzione pacifica come reazione alla crisi e agli scandali etico-politici di questo periodo. Di fronte a questo quadro noi Giovani Imprenditori vogliamo dare il nostro contributo ad una nuova fase evolutiva senza impostazioni ideologiche e nichiliste, ma con un approccio costruttivo per fornire azioni e strumenti di supporto tangibili che consentano all'Italia di ritornare su un percorso di crescita facendo leva sui giovani, sulle imprese ed in generale sulle migliori forze presenti nella società civile.”

“Abbiamo una grande opportunità: – racconta Federico Ferrini, presidente dei Giovani Imprenditori di Pesaro, sede dell'evento – valorizzare i “giovani talenti” in Italia e nel mondo per progettare e creare le basi di un futuro orientato di nuovo alla crescita economica, sociale ed etica. Il confronto su questi temi è stato al centro del Forum, con un format innovativo. Abbiamo anche ascoltato la testimonianza di decine di ospiti e relatori sui temi in oggetto, i quali in 120 secondi ci hanno dato la loro vision.





100

**UN RIPARO SICURO PER
I MIEI RISPARMI, QUESTO
SÌ CHE MI DÀ FIDUCIA.**

**SCEGLI LA BANCA DI CREDITO COOPERATIVO.
AVRAI LA DOPPIA PROTEZIONE
DEL FONDO DI GARANZIA
DEI DEPOSITANTI E DEL FONDO
DI GARANZIA DEGLI OBBLIGAZIONISTI.**

www.fmbcc.bcc.it

 **BCC**
CREDITO COOPERATIVO

Marche

Comitato regionale: idee e progetti

Il Comitato Regionale dei Giovani Imprenditori rappresenta l'organo federativo dei Gruppi Giovani Imprenditori costituiti nelle Confindustrie Territoriali delle Marche. Il Comitato, riconosciuto a livello nazionale, è coordinato dal Consiglio Nazionale e dal Consiglio Centrale dei Giovani Imprenditori di Confindustria.

I Giovani Imprenditori delle Marche sono parte integrante del "Movimento" nazionale di Confindustria che comprende 12.500 associati, organizzati in 104 Gruppi Territoriali e 20 Comitati Regionali; le Marche contribuiscono al Movimento con circa 660 Giovani Imprenditori iscritti.

Il Comitato Regionale è l'espressione di una imprenditoria consapevole della propria funzione sociale, ispirata ai valori della responsabilità, del rischio e del merito.

Attraverso il Comitato Regionale, che rappresenta un sistema aggregante, associativo e partecipativo, i Giovani Imprenditori possono trovare lo sbocco naturale per esprimere se stessi, le proprie idee, i valori culturali e sociali in cui credono.

Il Comitato Regionale Giovani Imprenditori di Confindustria Marche si propone di:

- favorire iniziative volte all'approfondimento di aspetti economici, sociali, politici ed aziendali utili alla crescita professionale dei Giovani Imprenditori;
- contribuire alla vita di Confindustria Marche, con apporto di idee e di azioni volte a creare un gruppo imprenditoriale che diventi interlocutore di riferimento nel contesto socio-economico sia regionale che nazionale;
- contribuire a promuovere la diffusione della cultura d'Impresa come fondamentale fattore di sviluppo di qualsivoglia contesto territoriale, individuando modelli coerenti con l'evolvere degli scenari socio-economici, consapevoli della responsabilità e dei contenuti etici insiti nel ruolo dell'imprenditore;
- mantenere il coordinamento, lo scambio di idee e di esperienze tra i Gruppi Giovani della regione, nell'intento di rafforzarne e perfezionarne l'attività nonché di agevolare l'unità di indirizzo nella soluzione dei problemi di comune interesse, sia verso l'esterno sia all'interno degli organismi rappresentativi del Movimento Giovani Imprenditori dell'Industria a livello nazionale e delle strutture di Confindustria;
- realizzare le iniziative che, su base interprovinciale o interregionale, si rivelino più efficaci per raggiungere i succitati obiettivi, alimentando, nel contempo, lo spirito associativo come elemento aggregante di sviluppo e di partecipazione alle attività.



Il Comitato Regionale Giovani Imprenditori delle Marche è composto dal Presidente, dai Presidenti dei Gruppi Giovani Imprenditori regolarmente costituiti nella regione Marche presso le Confindustrie Territoriali di Ancona, Ascoli Piceno, Fermo, Macerata e Pesaro Urbino e da due componenti designati da ciascun Gruppo all'insediarsi delle rispettive Presidenze.

La rappresentanza all'interno del Comitato Regionale è basata sul principio di pariteticità tra i Gruppi Territoriali.

Il Presidente del Comitato Regionale è Vicepresidente di diritto di Confindustria Marche e fa parte della Giunta e del Consiglio Direttivo.

Nel periodo 2011-2012, il Presidente Mascarucci ha convocato regolari riunioni del Comitato Regionale nonché gruppi di lavoro ad hoc in occasione di organizzazione di eventi di particolare rilievo. È proseguita quindi l'attività di lobby per far crescere le Marche affinché possano divenire sempre più una regione di spicco nei confronti del Movimento nazionale e di suo riferimento e per aumentare sempre più lo spirito di collaborazione e la voglia di fare "squadra" in un clima costruttivo per rafforzare maggiormente i Giovani Imprenditori ed il tessuto imprenditoriale marchigiano. Il Presidente Mascarucci ha cercato di portare avanti nel miglior modo possibile il suo primo anno di incarico cercando di creare occasioni di confronto da cui far scaturire proposte operative, promuovere e sostenere una maggiore integrazione dei vari territori regionali al fine di essere maggiormente competitivi.

I PROFESSIONISTI DELLA MOBILITÀ AZIENDALE

Lo staff dell'Agenzia Tavoni di Ancona analizza le esigenze dell'Azienda e pianifica la soluzione più conveniente di noleggio e leasing per auto e veicoli commerciali

La mobilità aziendale è ormai diventata un aspetto importante dell'attività di un'impresa. Auto e veicoli commerciali non possono più essere acquisiti senza un minimo di conoscenza del settore, anche con particolare riguardo alla tipologia di finanziamento con cui essi entrano nella disponibilità dell'Azienda.

Noleggio, leasing o acquisto diretto debbono essere valutati attentamente e, per questo, ad Ancona è presente da oltre 25 anni una struttura che svolge questa consulenza a favore delle Aziende. E' l'Agenzia Tavoni, rappresentante di Ge Capital Interbanca, società di leasing del Gruppo General Electric, e di diverse società di noleggio a lungo termine, che oltre alla predisposizione di semplici preventivi e alla stipula di contratti, svolge una consulenza mirata e a 360° gradi.

CONSULENZA FISCALE

Unitamente all'elaborazione di una vantaggiosa proposta commerciale, viene fornita anche una precisa consulenza in materia di deducibilità fiscale.

ANALISI E PIANIFICAZIONE DEL PARCO AZIENDALE

Spesso, l'Azienda utilizza veicoli non adatti alle proprie esigenze con costi sproporzionati rispetto ai benefici. Un'attenta analisi del parco aziendale da parte dello staff Tavoni può tagliare i costi, migliorare l'efficienza e sfruttare gli sconti di scala.

CONSULENZA POST CONTRATTUALE

Per l'Agenzia Tavoni la firma del contratto rappresenta l'inizio di un rapporto con il cliente, a cui è messo a disposizione un back office dedicato per tutte le possibili evenienze del contratto.

RICOLLOCAMENTO VEICOLI USATI

In caso di acquisizione di un nuovo veicolo, l'Agenzia Tavoni può occuparsi del ricollocamento dell'usato di proprietà. Spesso la volontà di stipulare un contratto di leasing o noleggio a lungo termine è immediata, ma il problema maggiore è la vendita del veicolo usato. In questo caso la permuta viene acquisita da rivenditori convenzionati che pagheranno diretta-

mente all'Azienda il corrispettivo concordato, accedendo, così, a vantaggiose scontistiche sull'acquisizione del nuovo veicolo.

REPERIMENTO VEICOLI

Grazie alla collaborazione diretta con tutte le Case automobilistiche, l'Agenzia Tavoni è in grado di reperire IN PRONTA CONSEGNA auto o veicoli commerciali nuovi o KM zero, anche i più richiesti, garantendo la serietà del fornitore oltre ad un servizio ai massimi livelli.

NOLEGGIO O LEASING SU VEICOLO DA ACQUISTARE PRESSO IL FORNITORE INDIVIDUATO DAL CLIENTE

Qualora l'Azienda abbia individuato e scelto il nuovo veicolo presso un proprio fornitore di fiducia, anche in questo caso l'Agenzia Tavoni può procedere alla stipula del contratto di noleggio a lungo termine o leasing.

www.tavoni.it

ALCUNE DELLE MIGLIORI PROPOSTE DI NOLEGGIO

Le proposte che seguono prevedono una durata di 48 mesi e 100 mila Km totali, sono solo un piccolo esempio delle nostre offerte. **Qualsiasi altra richiesta può essere inoltrata per veicoli, km e durate diverse.**

Le proposte (iva esclusa) comprendono: Immatricolazione e messa su strada, Tassa di proprietà, Assicurazione RC/Incendio/Furto/Kasko totale, Assicurazione PAI conducente, Gestione sinistri, Manutenzione ordinaria e straordinaria, Pneumatici estivi e invernali, Soccorso stradale.

IN QUESTE OFFERTE NON SONO PREVISTI ANTICIPI NE DEPOSITI CAUZIONALI.



FIAT SCUDO

1.6 Multijet 16v 90cv Ch1 10q Business

€ 456,00



BMW 520d

Eletta Touring

€ 767,00



OPEL INSIGNIA

SW 2.0 Cdti Elective 160cv

€ 510,00



FIAT PUNTO

1.3 Multijet Easy 75cv Dpf

€ 321,00



Se.F.Int. di Tavoni Gaudenzio
Agenzia di leasing e noleggio a lungo termine
per auto e veicoli commerciali

Viale della Vittoria, 60 - Ancona
Tel. 071 3580593 / 36677 • Fax 071 36530
tavoni@tavoni.it • www.tavoni.it

Le iniziative del Comitato Regionale

18 novembre 2011 si è svolto il VI Forum dell'Interregionale Centro, a carattere nazionale, dal titolo "Little Italy big Italians". L'evento ha permesso di interloquire con imprenditori italiani ed esteri che hanno testimoniato le loro eccellenti esperienze avviate con successo in tutto il mondo.

2 dicembre 2011: Conviviale degli auguri di Natale, durante la quale sono stati consegnati i Premi "Imprenditore Giovane" (over 40) e "Giovane Imprenditore" (under 40), giunto alla diciassettesima edizione, per la valorizzazione di eccellenze presenti nel territorio ed a testimonianza del dinamismo che contraddistingue il tessuto produttivo locale, pur in tempi di congiuntura negativa. Nel corso dello stesso evento è stato consegnato anche il IX Premio per la Tecnologia.

14 marzo 2012: Grande successo ha riscosso il Workshop in materia di internazionalizzazione dal titolo "L'export nei Paesi Arabi, prospettive e regole economico-finanziarie", tenutosi presso la Filiale Bartolini ad Osimo. Un'occasione per approfondire le diverse strategie di penetrazione dei mercati nell'ambito dei processi di internazionalizzazione, con particolare riferimento all'area dei Paesi Arabi. Un focus specifico è stato dedicato a Tunisia, Libia e Algeria e al potenziale di sviluppo per il mercato italiano, valutandone soluzioni e modalità operative per la copertura dei rischi legati all'espansione verso questi paesi.

18 maggio 2012: Il Presidente Mascarucci si è fatto portavoce dei Giovani Imprenditori marchigiani, nel corso di un Consiglio Centrale di Confindustria, fornendo contributi volti a predisporre istanze per il Governo centrale al fine di affrontare fattivamente la crisi che ha travolto il nostro Paese.

28 luglio 2012: Festa d'Estate dei Giovani Imprenditori delle Marche, tenutasi a Senigallia - Lab 52, la cui organizzazione quest'anno è toccata al Gruppo G.I. di Ancona. Un piacevole momento conviviale e un importante occasione di aggregazione.

8 settembre 2012: Massimo entusiasmo e soddisfazione da parte di tutti i partecipanti per il corso di formazione, organizzato per il Comitato Regionale G.I., tenuto dal Dott. Lucio Zanca A.D. della UTREE Srl in materia di: Team Building. Obiettivo del corso - tenutosi presso la Riserva Privata San Settimio di Arcevia - è stato quello di sviluppare tematiche utili per affrontare cambiamenti ed evoluzioni con validi strumenti gestionali e di comunicazione.

Simone Mariani, Vice Presidente GI Nazionale Grazie ai Giovani marchigiani per l'impegno

Per il secondo anno consecutivo Pesaro ha ospitato il Consiglio Centrale dei Giovani imprenditori e la consulta nazionale dei presidenti territoriali e regionali. L'impegno dei giovani marchigiani per raggiungere questo prestigioso obiettivo è stato determinante e per questo li ringrazio calorosamente.

Veniamo dunque ai temi discussi dal nostro Movimento. I giovani imprenditori anche attraverso una lettera agli europarlamentari italiani, hanno evidenziato una prospettiva molto preoccupante:

le risorse finanziarie per far fronte al progetto Europeo Erasmus si stanno esaurendo e senza un intervento il progetto relativo al 2013 potrebbe non ricevere sufficienti sovvenzioni. Ci auguriamo davvero che l'Italia agisca con decisione per salvaguardare l'investimento in formazione, altrimenti a pagare il prezzo dell'austerità saranno come sempre i giovani.

L'Europa deve rappresentare oggi più che mai un orizzonte per i ragazzi, anche per quelli che non dispongono di risorse personali per viaggiare, formarsi e crescere.

In Europa assistiamo alla competizione tra Paesi che viaggiano a velocità differenti: alcuni soffrono drammaticamente, altri hanno avviato la fase di ripresa. L'Italia è evidentemente nel primo gruppo.

Tra il 2009 e il 2012 abbiamo assistito alla disgregazione del sistema finanziario, con ricadute su quello economico reale, alla profonda crisi di credibilità dei governi nazionali e dell'intera architettura istituzionale europea.

Il risultato, per il nostro Paese, è nei numeri: dal 2008 la progressiva erosione delle risorse economiche ha portato ad una contrazione del nostro PIL pari a quasi il 15% (270 miliardi di euro), sono stati cancellati 1 milione e 500 mila posti di lavoro e sono fallite quasi 50 mila aziende; in un solo anno 235 miliardi di capitali sono fuggiti all'estero, compromettendo investimenti e sviluppo, e lo Stato, per la prima volta, ha perso 7,4 miliardi di imposte dirette per effetto della contrazione dei consumi e dei redditi; l'Italia è passata, a livello globale, da essere la quinta economia all'ottava.

Ma, oltre i numeri, l'effetto sta nel sentimento di una Nazione: crescono, in prospettiva, il rischio e l'incertezza del proprio futuro, soprattutto per le giovani generazioni e le donne. E' per tale ragione che ancora una volta torniamo a chiedere di ridare alle fasce deboli e ai lavoratori con redditi bassi più soldi in busta paga, abbassando le tasse, per rilanciare la domanda interna. E rimettere le imprese in condizione di poter dare lavoro. Noi come imprenditori dobbiamo fare investimenti in ricerca e innovazione, ma per tutto questo è indispensabile una politica fiscale completamente differente.



Problema Cina: come *proteggere il marchio d'impresa* ed impedirne la contraffazione.

Purtroppo gli episodi di contraffazione made in China sono cronaca quotidiana ed il dilagante fenomeno dell'imitazione non si limita più ai marchi famosi della moda ma tocca oramai **tutti i settori merceologici ad ogni livello di impresa.**

Di recente le modalità di contraffazione cinesi si sono evolute e dalla semplice copiatura dei prodotti si è passati ad una pratica falsificatoria totalizzante.

Lo testimoniano i sorprendenti casi di contraffazione scoperti nel 2011 nella città di Kunming, dove è sorto un negozio che vendeva prodotti Apple riproducendo lo stile e l'ambiente di un Apple Store, senza essere autorizzato dalla società americana, come pure un negozio di arredamento che riproduceva un punto vendita dell'IKEA, di colore giallo e blu e lo stesso design minimalista.

In passato **l'errore più diffuso compiuto dalle imprese manifatturiere occidentali (ed italiane) che intraprendevano la fase produttiva dei semilavorati in Cina, è stato quello di non depositare il marchio,** non essendo all'epoca i prodotti destinati al mercato cinese.

Questa originaria carenza di protezione ha consentito a molte imprese cinesi (o allo stesso fornitore/partner locale spesso tramite prestanome) di richiedere la registrazione in Cina dei marchi già utilizzati in occidente, battendo *"furbescamente"* sul tempo le aziende estere, storiche titolari di quegli stessi segni distintivi.

Di conseguenza, oggi che la Cina è divenuta un importante mercato di esportazione, quelle stesse **aziende occidentali hanno spesso l'amara sorpresa di scoprire che il proprio marchio è stato già occupato da imprese cinesi creando non pochi problemi per l'ingresso sul mercato.**

Il sistema normativo cinese è basato sul principio del **first filed first served:** ossia prevale chi per primo ha depositato, mentre non viene attribuito alcun diritto (salvo casi eccezionali) a chi abbia per primo intrapreso l'uso del marchio.

Per via di questa regola abbiamo assistito a situazioni paradossali in cui il titolare del marchio "originale" ha subito un doppio danno: non poter commercializzare nel mercato cinese i propri prodotti per il rischio di subire sequestri (con conseguenti perdite di fatturati) e vedere il proprio marchio utilizzato da un concorrente con danni all'immagine.

Per informazioni:

Via dei Gabbiani, 50 - scala E, interno 6
I - 60018 Marina di Montemarcano (AN) - Italia
☎ 0039 (0)71 21 45 264
☎ 0039 (0)71 91 94 088
info@inpatandlaw.com
inpatandlaw@sicurezzapostale.it
www.inpatandlaw.com

inpat & law[™]
MARCHI • DESIGN • BREVETTI • COPYRIGHT

Ora gli *Shopping Mall* cinesi, per evitare sequestri, **si rifiutano di esibire merce contraddistinta da marchi che non siano registrati in Cina.** Dunque è bene **proteggere in anticipo** i propri segni per evitare che ci si veda sfumare degli importanti accordi commerciali.

Nulla o molto poco si potrà fare per invalidare in Cina tali registrazioni "abusiva" del proprio marchio in assenza di prove schiaccianti della malafede del depositante cinese (che da un punto di vista pratico comporta un onere probatorio notevole da soddisfare con prove documentali).

Nella nostra esperienza professionale è capitato di imbatterci in titolari cinesi che **hanno registrato a raffica una sfilza di marchi appartenenti a diverse aziende italiane** con il fine dell'accaparramento di lauti profitti in cambio del successivo trasferimento del marchio registrato in Cina.

Cosa fare per non vedersi bloccato il mercato in Cina ed evitare che sfumino gli investimenti?

È innanzitutto consigliabile **registrare il marchio** sia nella **versione utilizzata** sia la sua **traslitterazione** in ideogrammi cinesi. Quest'ultima consente di avvicinarsi maggiormente ai consumatori locali ed evita che altri concorrenti si appropriino della versione locale.

Altro consiglio pratico per le nostre imprese che intendono investire in Cina è quello di attivare il servizio di sorveglianza presso le Dogane cinesi per garantire un controllo sulle merci sospette in entrata ed uscita che recano un marchio identico o simile a quello sorvegliato.

In conclusione il suggerimento è dunque quello predisporre una **efficiente protezione dei marchi/segni distintivi dell'azienda straniera che investe in Cina** che consenta di reagire ad eventuali contraffazioni, ma anche di difendersi da contestazioni che possono danneggiare pesantemente le strategie dell'azienda straniera.

Infine non va trascurato il fatto che, in un mercato di tali dimensioni, la registrazione del proprio marchio può portare importanti benefici economici in caso di accordi di licenza con i distributori locali.



Avv. Caterina Cerreta



Dr. Benedetta Dolci

I giovani mettono in circolo idee nuove

Bisogna operare una trasformazione, da aziende familiari ad aziende manageriali, per innescare al loro interno il passaggio generazionale

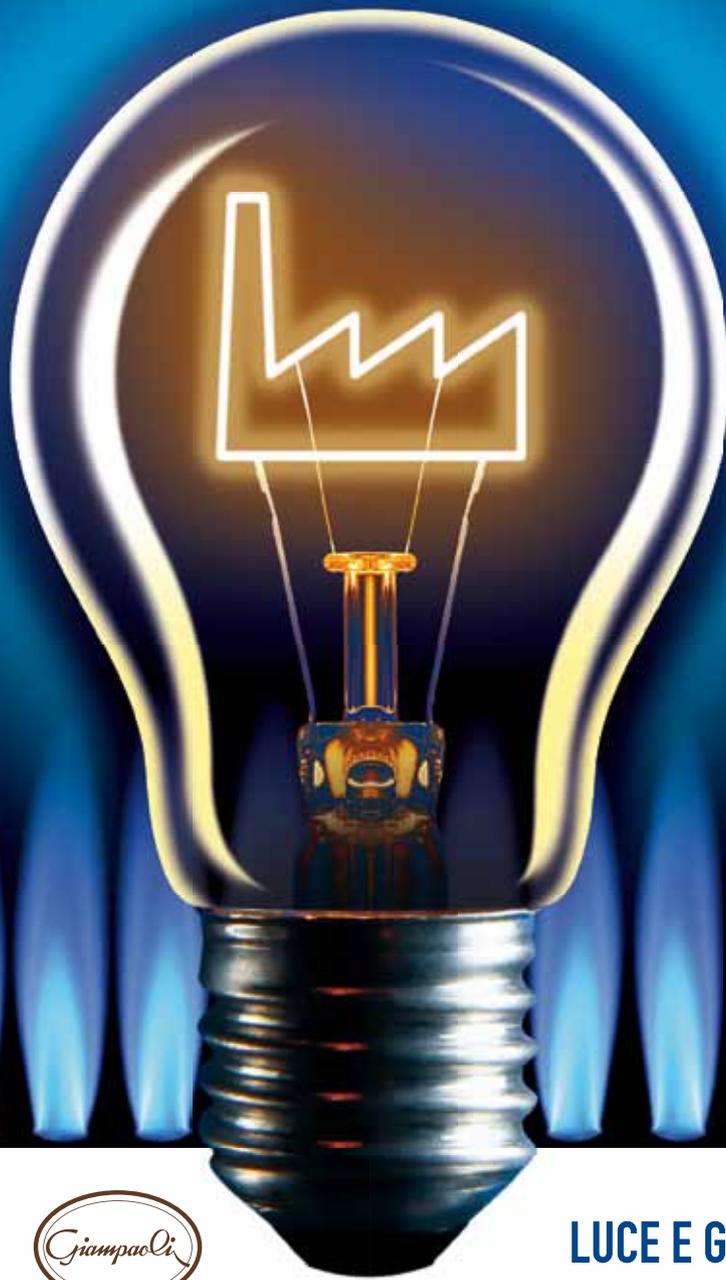


Nella crisi e nella disgregazione di un sistema esiste una grande opportunità: le imprese, che insieme a tutti gli altri componenti della nostra collettività, possono valorizzare i “giovani talenti” in Italia e nel mondo per progettare e gettare le basi di un futuro orientato di nuovo alla crescita economica, sociale ed etica. Insomma: la collettività deve investire sulle aziende perché queste possano permettersi di investire (a loro volta) di più sui giovani, ovvero sul proprio futuro. La Prima Vera Italia scorre già nelle vene di Nando Ottavi, presidente Confindustria Marche, che dall’alto della sua esperienza di imprenditore a contatto con le istituzioni sostiene i giovani e lavora per creare la fiducia intorno a loro. “La Primavera Italia è proprio un bel titolo per riassumere il Forum dei Giovani Imprenditori – dice - perché oggi abbiamo tante difficoltà e credo che parlare di quelle dei giovani sia il minimo che possiamo fare. Se andiamo a vedere le statistiche, infatti, oggi abbiamo una disoccupazione giovanile che sta sopra il 35%. Dobbiamo affrontare questo problema. E naturalmente, per farlo, dobbiamo cercare di lavorare con i giovani che possono mettere in circolo nuove idee. Ecco, io mi auguro che questo ed altri incontri portino davvero idee nuove, primaverili, per far sì che le aziende riescano a superare questo periodo di difficoltà. Parliamo tanto di crescita, ma questa crescita poi non la vediamo. Credo che per crescere sia necessaria la collaborazione tra l’Università, i giovani e le aziende: è molto importante, in particolar modo in questo periodo. Innanzitutto perché fa crescere i giovani nella pratica quotidiana del lavoro, ma dall’altra parte fa crescere le aziende: perché far entrare i giovani, fa capire ai “vecchi” quanto siano importanti le loro nuove idee per adeguare la struttura al mercato odierno. Oggi abbiamo infatti un grandissimo bisogno di internazionalizzare: questo significa che dobbiamo innovare e fare ricerca. E se non lo facciamo con i giovani, credo proprio che non ci sarà futuro per noi. Soprattutto qui nelle Marche”.

Una buona azienda è un’azienda che ha delle idee buone. Le idee buone sono quelle capaci di rivoluzionare i propri schemi per stare continuamente al passo con un mercato in costante mutamento. Giovani, imprenditori e rivoluzionari... ma c’è fiducia nell’efficacia esplosiva di questa miscela? “In realtà c’è una grande diffidenza – rivela Ottavi -, in particolar modo nella nostra regione in cui prevalgono le aziende familiari. C’è quindi la necessità di operare una trasformazione, da aziende familiari ad aziende manageriali, per poter mettere poi innescare al loro interno il passaggio generazionale. Io ho sempre avuto l’idea di fare interventi istituzionali per contribuire all’inserimento dei giovani in azienda. Ma non per sei mesi, ci vogliono almeno due anni per far sì che l’azienda capisca l’importanza di avere dei giovani al suo interno. Se il giovane è bravo, se ha voglia di impegnarsi, credo che dopo due anni sarà cresciuto e si sarà trovato uno spazio all’interno dell’azienda e questa, visti i frutti, sarà sicuramente interessata a coltivare quel patrimonio per lungo tempo”. Questo è un invito a coltivare in casa i propri talenti. Perché internazionalizzare non significa fuggire dai problemi italiani. “Ma dobbiamo far capire alle autorità che la troppa burocrazia, il troppo carico fiscale, non favoriscono l’investimento in Italia. E questo è un grosso problema che spinge alcune aziende a produrre all’estero. Ma se le istituzioni capissero che per far crescere l’Italia devono mettere al centro del sistema le aziende...Ecco, se andiamo in questa direzione conviene ancora stare in Italia”.

BUSINESS TO BUSINESS

ENERGY TO MARCHE



ed/creative



CARNJ SOC COOP



LUCE E GAS PER LE IMPRESE

Da sempre diamo energia al business "made in Marche".
Con tutta l'affidabilità, la professionalità, la competenza
e la convenienza di un partner davvero unico, come noi.
Perché siamo vicini ai tuoi interessi, non solo a parole.

www.prometeoenergia.it



Restare in Italia? Solo se conviene

***L'unico modo per
rinnovare l'Italia è
internazionalizzare.***

***Ma non soltanto
nell'accezione di aprire
nuovi mercati all'estero
per le nostre imprese.***

***Internazionalizzare
per noi significa anche
aprire la mente
a nuove culture
più proiettate nel futuro***

E' tempo di cambiare. "Abbiamo una grande opportunità: valorizzare i giovani talenti in Italia e nel mondo per progettare e creare le basi di un futuro orientato di nuovo alla crescita economica, sociale ed etica – spiega Federico Ferrini presidente dei Giovani Imprenditori di Pesaro, la città del Centro Italia in cui si è svolto il VII Forum Giovani Imprenditori Interregionale -. Il confronto su questi temi è stato al centro del Forum, con un format innovativo. Abbiamo ascoltato la testimonianza di decine di giovani italiani impegnati nella loro professione in Italia o all'estero, che in 120 secondi ci hanno dato la loro vision. Siamo andati a cercarli perché abbiamo in mente che l'unico modo per rinnovare l'Italia è internazionalizzare. Ma internazionalizzare non soltanto nell'accezione di aprire nuovi mercati all'estero per le nostre imprese. Internazionalizzare per noi significa anche aprire la mente a nuove culture più proiettate nel futuro di noi e a nuovi esempi che possano aiutarci a migliorare la nostra situazione interna, per creare le condizioni e il contorno di fiscalità, di legislazione che possano consentire al nostro Paese di risollevarsi dal punto di vista economico, etico e anche politico".

Ma restare in Italia conviene? "Conviene finché all'impresa conviene – aggiunge Ferrini -. Prima di tutto noi siamo imprenditori. Se la nostra impresa non riesce a trovare lo sbocco giusto e le condizioni per poter operare in maniera profittabile in Italia e ha l'opportunità di trovare fuori altre strade, sono convinto che lo debba fare. Questo non significa che venga meno uno spirito nazionalista: siamo italiani, siamo cresciuti in questo Paese, ci piace il nostro territorio però abbiamo una mission, siamo legati a doppio filo con le nostre aziende. Che sono quelle che ci consentono di affermarci professionalmente e di creare ricchezza per la nostra azienda, i dipendenti e le nostre famiglie. Quindi ad un certo punto dobbiamo concentrarci su quello che è effettivamente, pragmaticamente, crea il valore, la ricchezza. E se non si può fare qua probabilmente si deve fare all'estero. Io continuo a fare il mio mestiere in Italia, riesco a farlo, ci vuole più sforzo, più fatica che negli altri anni però non ci diamo per vinti".



Nel nostro paese la parola “merito” fa paura



In alcuni passaggi del suo intervento al VII Forum Giovani Imprenditori di Confindustria, il presidente nazionale Jacopo Morelli poteva sembrare un po' "rottamatore". Ma lui rigetta questa definizione e si paragona piuttosto al bambino della favola di Andersen (I vestiti nuovi dell'imperatore) che grida "il re è nudo". "Non c'è nessuna intenzione di rottamazione - spiega Morelli -, ma a volte c'è la necessità di dire cose anche molto banali, come quel bambino che vedendo l'imperatore nudo ad un certo punto grida 'il re è nudo'. Lo vedevano tutti ma nessuno lo voleva dire. E qui bisogna dire che l'Italia è un Paese ancora troppo gerontocratico. Non lo dicono i giovani imprenditori, non lo dice il loro presidente, ma sono i dati internazionali a parlare. L'Italia è un Paese in cui troppo poco è valutato il merito e ancora troppo contano le amicizie e il sistema di cooptazione. Su questo dobbiamo incidere altrimenti il nostro, al di là di tutto, sarà un Paese che continuerà ad arrancare".

E' questo il punto nodale in cui si innesta la Primavera Italiana. "Il Forum nasce dall'esigenza di comunicare quanto sono importanti le energie giovani, forti e preparate del nostro Paese - prosegue il presidente dei GI Confindustria - che troppo spesso decidono di lasciare l'Italia. Noi vogliamo lavorare perché il nostro Paese invece diventi molto più attrattivo, non solo per i nostri italiani ma anche per tutte quelle persone che in questo momento sono all'estero, sono di altri Paesi e si formano là: noi vogliamo che l'Italia possa diventare un Paese in cima alla loro lista dei desideri, dove venire a lavorare e realizzare il loro progetto di vita". Indica la via per raggiungere lo scopo Morelli. Azioni immediate, semplici ed economiche. "Di azioni da mettere in campo subito ce ne sono molte - dice -. Per esempio dovremmo sconvolgere quelle che sono le Politiche

per i giovani. Noi siamo in Europa, e più in generale nell'area Ocse, agli ultimi posti per quelli che sono gli investimenti a favore dei giovani. Pensiamo ad esempio quanto sia difficile qui rendersi autonomi dalle famiglie di origine, pensiamo alle difficoltà dei giovani per quanto riguarda l'accedere al credito per mettere su casa o finanziare i propri studi. Ecco queste sono tutte cose molto concrete che si possono fare ad un costo piuttosto contenuto per l'erario".

Forte è stato l'abbraccio del presidente Morelli ai suoi giovani industriali. Un messaggio avvolgente lanciato per infondere fiducia e forza, nuova linfa vitale per dare il via alla Primavera Italiana. "E' un bel momento per confrontarsi e portare in azienda/casa - ha esordito - delle buone idee. Una nuova energia che non solo sta nella parola Primavera, ma sta ancora di più in tutte quelle parti del nostro Paese presenti in Italia e nel resto del mondo: i così detti talenti che hanno deciso di seguire strade e patrie diverse e che forse potrebbero essere anche disponibili a tornare per contribuire al benessere nostra bella Italia. Noi ci dobbiamo dire le cose come stanno: c'è un cambiamento a livello geopolitico e geoeconomico molto accelerato, ed è stato ulteriormente accelerato anche dalle recenti elezioni americane e da quello che sta avvenendo a livello energetico negli Stati Uniti". Getta il seme della nuova primavera Morelli: un mix di ragione e sentimento per ottenere risultati efficaci. "Chi fa il nostro mestiere deve essere ovviamente ottimista. Ma oltre che fare appello ai buoni sentimenti, dobbiamo fare in modo di esserlo con ragione e mettendo in campo una serie di azioni. Ma se guardo ciò che stiamo mettendo in campo a livello nazionale, europeo e della stessa Confindustria lo ammetto: ho perplessità sulla nostra capacità essere efficaci".

Per Morelli è un problema di leadership



a tutti i livelli, anche imprenditoriale. “Questo Paese deve imparare a comunicare meglio qual è il progetto del proprio futuro energetico. Dobbiamo lavorare insieme per un interesse più grande, non con miopia: perché l’interesse del Paese è l’interesse dell’impresa, mentre non è vero il contrario. Dobbia-

mo uscire da questo enorme equivoco per vincere le sfide future, dobbiamo andare al di là delle parole e far seguire i fatti: il merito. In questo Paese ‘merito’ è una parola che fa paura. Questo significa che quando noi giovani facciamo i ranger, cioè siamo i primi a sbarcare sulla spiaggia per diventare credibili, dopo

ci aspettiamo che Confindustria segua, perché altrimenti diamo l’idea di essere delle persone pavide che continuano a non prendere alcune posizioni per difendere interessi di parte. Deve essere valuta la bontà delle idee al di là di chi le dica: che abbia 80 anni o 20. Il nostro obiettivo come Paese deve essere quello comunicare un progetto credibile, facendolo spalla a spalla, fianco a fianco, giovani e meno giovani, avendo molto chiari i propri ruoli. I giovani devono aver la possibilità di dimostrare di poter affrontare certi banchi di prova e chi questi banchi li ha già affrontati deve avere anche l’intelligenza di capire che ad un certo punto è il momento di dare alle generazioni entranti l’opportunità di misurarsi. Altrimenti il nostro continuerà ad essere un Paese per vecchi, rappresentato da uno stivale che si regge su un bastone (e parlo della copertina dell’Economist). Dobbiamo invertire la tendenza. Noi ci siamo. Siamo giovani imprenditori, ma siamo prima di tutto imprenditori. Il che significa che rischiamo al pari degli altri”.

Alberto Drudi: Vince chi ha più idee

Il presidente della Camera di Commercio Pesaro e Urbino Alberto Drudi crede negli industriali e nelle loro idee. “Questa iniziativa – dice riferendosi al VII Forum Giovani Imprenditori di Confindustria - si pone un obiettivo molto ambizioso: dare il via alla PrimaVera italiana. Che vuol dire dare il via ad una serie di cose che rappresentano un pensiero, le idee, le esperienze e tutto quello che tutti noi, nei nostri territori, stiamo portando avanti da anni. Il Centro Italia conta 1 milione e 490mila imprese iscritte al Registro Imprese della Camera di Commercio. Le Marche 177mila. Sono tutte piccole e medie imprese, le vostre imprese, che in questi anni hanno portato avanti, sviluppato e fatto crescere l’economia del Centro Italia. Così è nel centro, così è nel sud, un po’ meno nel Nord Italia ma anche lì la maggioranza delle imprese sono piccole e medie. Oggi chiediamo a queste imprese di fare innovazione, ricerca, studi, internazionalizzazione. Ecco... io credo che non sia facile per una azienda che ha in tutto 10 dipendenti. Certo ci sono eccellenze, iniziative importanti che sono state fatte, ma non sono tali da rilanciare questa nostra economia. Vorrei chiedere ad una impresa che ha 8 e 10 dipendenti (questa è la media) di cominciare a fare ricerca, studi, prendere l’aereo, andare a 10mila chilometri a prendere contatto con quei Paesi e fare impresa, costruire. Non è facile, è quasi impossibile. E’ al-



lora qui che emerge il ruolo importante delle istituzioni e delle associazioni di categoria. Noi a Pesaro assieme alla vostra associazione Confindustria, a Confartigianato e Cna abbiamo costituito un primo soggetto: Gruppo Imprese Italia, imprese che ragionano insieme per cercare di capire come affrontare tutte le sfide che abbiamo di fronte. E sono tante a cominciare dal credito. Il rapporto con gli istituti di credito è un problema che tutte le imprese hanno. Anche qui dovremmo ragionare con le istituzioni. Io credo che una impresa con 10 dipendenti non vada da nessuna parte, ma 10 imprese con 10 dipendenti inizino ad essere una impresa con 100 dipendenti e allora si diventa più competitivi. Noi stiamo muovendoci in questa direzione, abbiamo costruito opportunità dalla Russia alla Cina fino al Medio Oriente... crediamo che questa sia la strada per uscire questa situazione. In questo mondo vince chi ha più idee. Ed i credo negli industriali e nelle loro idee”.



The
VICTORIA[®]
Company



Crescere è naturale

Sono aperte
le iscrizioni
ai corsi di gruppo
di inglese
per bambini,
ragazzi e adulti.



www.thevictoriacompany.it
info@thevictoriacompany.it
Sede Legale Jesi, via XXIV Maggio 55
Unità Locale Recanati, via Ceccaroni 1A

The Victoria Company



Scuola Accreditata
dalla Regione Marche



Label europeo delle lingue
THE VICTORIA COMPANY
visitrice per l'anno 2010



UNIVERSITY of CAMBRIDGE
ESOL Examinations
Authorised Centre

Emozioni, non solo fatti

La ricetta per diventare imprenditori di successo? Un menu in otto portate

“Destruire gli schemi anchilosati che abbiamo in testa”. E’ questa l’unica via da percorrere per diventare un imprenditore di successo. Parola di Luca Varvelli, consulente formatore del Gram, Gruppo di Ricerca Applicato al Management, un team di lavoro che dal 1994 si dedica allo sviluppo delle capacità manageriali. E il professore, che ormai è universalmente considerato punto di riferimento nel pensiero manageriale italiano, ha anche una ricetta da servire: un menù in otto portate che mette sulla tavola dei Giovani Industriali e di cui rivela persino l’ingrediente segreto... l’anormalità

Primo: “Dobbiamo costruire le nostre aziende come organizzazioni in cui la norma è in realtà la fuori norma. Semplificare la complessità non è facile, perché il legislatore e il mercato ci complicano la vita. Ma bisogna togliere i bastoni dalle ruote per far sì che l’azienda si muova nel più semplice modo possibile”.

Secondo: “O hai grande potenza o muori. E allora bisogna saper lavorare per le nicchie. E’ fondamentale la capacità sapersi muovere sugli estremi nelle nicchie: saper danzare tra grande e piccolo, molto caro e il molto economico”.

Terzo: “Gli esseri umani quando trovano la strada giusta tendono a ripeterla. Non è una cosa negativa, risparmiare energia e fatica. Però, per evitare che ci si adagi su abitudini, dobbiamo organizzare qualche piccolo choc di cambiamento, progettare un palinsesto di piccoli cambiamenti per tenere allenati noi e l’azienda sugli scossoni che possono arrivare dall’esterno”.

Quarto: “Provate a declinare le 6 parole chiave di Calvino sulla vostra azienda: leggerezza, rapidità, esattezza, visibilità, molteplicità, coerenza. Tra queste ho scelto velocità. Dobbiamo essere più veloci del passato. Possiamo permetterci di essere lenti solo se la società intorno

e il mercato ce lo consentono. E non ce lo consentono”.

Quinto: “Agire oggi sulla competenza, sul sapere tecnico, ti dà velocità. Usiamo poco sapere e capitale intellettuale. Le macchine mi aiutano ad essere veloce, ma è l’individuo che mi dà conoscenza competenza e sapere. Bisogna mettere l’uomo al centro dell’organizzazione. La velocità della carovana e della cordata è data dal più debole, dall’ultimo (non mi interessano le motivazioni): fate in modo che il vostro ultimo vada più veloce, trasferite competenze sull’ultimo, perché il primo va avanti da solo”.

Sesto: “La prima domanda che da imprenditori dobbiamo farci è: come possiamo essere attrattivi? Su cosa siamo diversi dagli altri per far sì che possiamo attrarre talenti? Chiunque abbia una unicità deve agire anche su quella”.

Settimo: “Ricordatevi che i talenti sono opportunisti in senso positivo, sono nomadi del sapere, vanno dove sono attratti e restano finché sono soddisfatti. E’ per questo che oggi stiamo assistendo seconda emigrazione, quella dei cervelli che fuggono...”

Ottavo: “Quelle poche volte che andate a prendere persone, stagisti o co.co. co. non prendete solo competenti. La competenza la potete insegnare sempre. Prendete chi ha già nel sangue i valori della vostra azienda perché quelli non glieli insegnerete mai. A 25 anni sei strutturato: puoi adattarti, attualizzarti, ma sei così. Sono le griglie di selezione che dobbiamo modificare per identificare i talenti”.

Riassumendo: “Abbiamo ingegnerizzato le aziende per anni. Bene. Abbiamo ridotto i costi. Splendido. Adesso iniziamo ad energizzarle: un grammo di emozioni equivale ad un chilo di fatti. L’emozione prende sempre il sopravvento sulla ragione: se venite azzannati da cane non pensate alla Critica alla ragion

pura di Kant, ma al modo più veloce di risolvere il problema. I talenti si fanno attrarre se sappiamo valorizzarli. E abbiamo successo se sappiamo mettere insieme individui che abbiano caratteristiche diverse”.



Si, viaggiare

Sei esperienze, un leit motiv: innovarsi

Sei giovani cervelli “emigrati” all'estero, 120 secondi ciascuno per raccontare la propria esperienza, 12 minuti per capire come gira il mondo dell'imprenditoria fuori e dentro l'Italia. Minimo comun denominatore: bisogna viaggiare!

La prima storia narrata dal VII Forum Giovani Imprenditori Interregionale del Centro è quella di **Clelia Zattoni**, intervenuta attraverso un contributo video. Ingegnere meccanico di 38 anni vive e lavora a New York. Laureata al politecnico di Milano, la vita dell'ingegner Zattoni è cambiata grazie ad un master all'Istitute for Manufacturing della Cambridge University. “Per me il master è stato un'esperienza chiave per inserirmi nel mondo del lavoro - racconta - perché ha colmato quella che a mio parere è la maggiore lacuna del sistema accademico italiano ovvero la mancanza di esperienza pratica, di contatto con le aziende. Quello che posso dire dell'Italia anche riportando il parere condiviso di alcuni colleghi internazionali, è che è un Paese bellissimo che tutti amano e di cui tutti apprezzano storia e tradizione anche in ambito industriale. Però questa tradizione se da un lato si lega con un'innegabile eccellenza soprattutto in alcuni settori, dall'altro è restia alle innovazioni, alla responsabilizzazione dei giovani e all'internazionalizzazione. Serve quindi una Università più vicina alle aziende, vicinanza che deve essere favorita da strategie dello Stato e industriali e servono maggiori opportunità per noi giovani di essere ascoltati”.

Alle sue parole fanno eco quelle di **Matteo Vignoli**, 33 anni, ricercatore universitario presso il Dipartimento di Scienza

e Metodi dell'Ingegneria Universitaria di Modena e Reggio Emilia. “Quella che vi racconto oggi è una storia di fallimento e di speranza - esordisce -. Il fallimento è mio e la speranza spero di tutti gli altri. Ero a Stanford tre anni fa e torno nel mio dipartimento con grande energia e lancio questi programmi sul design thinking in cui gli studenti collaborano con le imprese. Alla fine del progetto una grande impresa internazionale apprezza una delle idee che erano state sviluppate come soluzione dagli studenti e gli dice ‘se ci state vi diamo un milione di euro per fare un'impresa’ gli studenti hanno tentennato e hanno detto ‘se falliamo?’ ovviamente l'impresa ha detto ‘non siete gli studenti giusti’ E per me è stato un grande fallimento e da quel fallimento ho tratto l'energia per seguire una visione che avevo maturato nella mia esperienza a Stanford a 10mila chilometri dall'Italia e cioè che il nostro Paese oltre a dare opportunità ai giovani dopo l'università deve investire anche in qualcosa che è l'educazione all'innovazione cioè deve permettere agli studenti che attraversano i loro schemi educativi di mantenere quella confidenza creativa che da bambini tutti avevano e poi piano piano il sistema ha portato a dimenticare. Come? Con tre ingredienti: l'interdisciplinarietà; un metodo didattico pedagogico che rispetti l'innovazione, la creatività e la persona come centro; con un progetto di innovazione come il design thinking che permetta a studenti imprenditori società di trovare soluzioni che siano incentrate sull'uomo”

E' creatività la parola chiave di **Massimo Arcolin**, 39 anni, imprenditore di prima

generazione. “Il mio disegno di primavera italiana prende forma da concetti quali moralità, meritocrazia, Europa, coerenza, senso dello Stato che diventano strumenti fondamentali per far ripartire la macchina Italia. Però credo che poi noi giovani dovremmo anche dare una direzione a questa macchina. Dovremmo definire e decidere noi una vision di lungo periodo. Il Made in Italy è un marchio invidiato e copiato in tutto il mondo ma ancora poco valorizzato. Dovremmo rivisitare il concetto di sistema Made in Italy che in un mondo globalizzato, sempre più competitivo in termini di prezzo e di offerta, consenta ai nostri prodotti di distinguersi sempre più in termini di design, creatività e innovatività. Per questo io mi focalizzerei su investimenti in formazione, cultura, scuola e innovazione attraverso la spinta alla nascita di nuove idee in ogni settore grazie anche al confronto, alla contaminazione di culture, di pensiero e di abitudini”.

Per **Francesco Ferri**, presidente di GI Monza, 36anni, imprenditore di prima generazione, bisogna puntare sui giovani. “Nove anni fa quando ho deciso di fare la mia start up in Italia avevo la possibilità di fare una bellissima carriera all'estero perché una multinazionale me ne dava l'opportunità. Ed è stato allora che ho deciso di fare la mia azienda in Italia, con uno sguardo rivolto all'estero, ovviamente. Oggi abbiamo diverse filiali in giro per il mondo e do lavoro a 50 persone in Italia. Così sento di contribuire alla primavera italiana, ma ci vuole anche: un fisco e una riforma del mondo del lavoro veramente premiante per i giovani, un cuneo contributivo rivisto per i giovani, la possibilità di attrarre pagandoli di più i talenti dall'estero, una tassazione per gli under 35 privilegiata. Secondo: il decreto sviluppo per le start





up non è sufficiente, si deve ancora creare per fare in modo che l'imprenditorialità dei giovani in Italia sia veramente stimolata e spetta a noi incubare le start up, fare in modo che veramente nascano come segno di rinnovamento non solo nell'Ict ma nelle arti e nei mestieri. Terzo e più provocatorio: è giunto il momento di scardinare lo status quo. Di principio sarei contrario alle quote rosa e giovani, ma ora sono necessarie perché esiste purtroppo il fenomeno dell'adverse selection cioè persone di una certa fattispecie scelgono persone a loro simili".

Forzare il cambiamento. **Massimiliano Miglio**, 35 anni, startupper. "Sono un



rappresentante di quella categoria di ragazzi che credono che in Italia si possa ancora fare innovazione. Il problema che sto riscontrando è che non ho il giusto supporto dello Stato, non solo in termini economici ma anche a livello strategico e di formazione. Oggi si parla molto di start up, ci sono molti incubatori di impresa che cercano di aiutare, ma in realtà fanno il loro gioco a favore di chi magari nasce che ha già delle competenze o ha un tipo di formazione particolare ma va a discapito di persone che ho visto avere delle bellissime idee ma non sono in grado di esporle al meglio, non hanno chiari certi meccanismi che poi gli possono permettere di far



vincere la propria idea".
Last but not least. **Christan del Rosso**, 38 anni startupper. "Gli ultimi 11 anni li ho passati all'estero: ho lavorato in Nokia, ho vissuto in Finlandia, Spagna e negli Stati Uniti. Ma sono tornato in Italia perché ho sperimentato che noi italiani abbiamo ottime competenze e non abbiamo nessuna inferiorità rispetto agli altri. Anzi, ce li hanno gli altri in termini di creatività, design e amore per la bellezza. Siamo in un contesto internazionale quindi inviterei i giovani a viaggiare di più, vivere in altri Paesi, conoscere altre culture perché fare impresa adesso significa muoversi in un contesto globale".

I nostri servizi

BREVETTI

Preparazione e deposito di brevetti nazionali, europei ed internazionali

MARCHI

Preparazione e deposito di domande di registrazione nazionali, comunitarie ed internazionali

MODELLI E DISEGNI

Preparazione e deposito di domande di registrazione nazionali, comunitarie ed internazionali

CONSULENZA

Preparazione di contratti di cessione o licenza, assistenza tecnica in sede giudiziale

RICERCHE e SORVEGLIANZE

Ricerche e sorveglianze in Italia e all'estero su brevetti, modelli e marchi

DIRITTI D'AUTORE

Deposito opere presso SIAE e UPLAS; deposito software presso Registro Pubblico Speciale

BREVETTI - MARCHI



Ing. Claudio Baldi s.r.l.
www.baldipat.it

Jesi
tel. 0731 209096

Pesaro
tel. 0721 405013

Civitanova Marche
tel. 0733 771527

Foligno
tel. 0742 353532

L'Italia non è un paese attraente

Cervelli italiani e capitali americani, un matrimonio di successo. Il VII Forum Giovani Imprenditori Confindustria Interregionale fa il giro del mondo in 10 minuti attraverso le testimonianze di cinque imprenditori che raccontano in 120 secondi la loro esperienza. Dagli Stati Uniti d'America l'intervento di **Fabrizio Capobianco** Tok.tv ceo e presidente di Funambol: "L'Italia è un Paese molto attrattivo quando si tratta di andare in vacanza. Tutti qui nella Silicon Valley parlano bene dell'Italia come un grande posto da visitare. Purtroppo però col turismo e basta non riusciamo uscire dalla palude in cui ci troviamo. Ci vuole qualcos'altro. E quel qualcos'altro per me è l'hi-tech, le alte tecnologie. E' inutile che ci sforziamo di competere con il resto del mondo sul manifatturiero, in cose che richiedono lavoro a basso costo. Dobbiamo salire. Software. Perché nei mestieri di creatività, come i software, siamo leader al mondo: siamo bravi e in questo momento anche a basso costo, che è un vantaggio competitivo. Per uscire dalla palude in cui siamo, dobbiamo investire sulle start up, sulle alte tecnologie. Non ci manca la capacità di rischiare e abbiamo anche un Paese bellissimo... che è un vantaggio".

Dalla Finlandia **Maurizio Giardini** senior manager in Nokia. "Vorrei parlare di due argomenti - dice -: la produttività e la definizione del mercato di riferimento. Per produttività intendo la produttività dei knowledge worker, perché la produttività intesa come produ-

zione è un argomento nel quale l'Italia sta andando avanti bene (e cioè decidere se produrre in Italia o all'estero). Per i knowledge worker il discorso invece è diverso perché la produttività è fatta di diversi fattori. Prendiamo l'organizzazione e l'etica del lavoro. La percezione dall'estero è che l'Italia sia un po' prigioniera di un'organizzazione di manager fatti in casa, comandi e incapaci di affrontare questioni tipo la differenza di performance tra dipendenti. In Finlandia c'è una diversa capacità di essere top-down, dare direzioni, ma anche bottom-up, fidarsi della gente. C'è un approccio alle persone che porta a trattarle come adulti questo però richiede disciplina. Disciplina vuol dire capire qual è l'obiettivo, decidere che cosa si farà, comunicare quello che si fa e poi mantenere le promesse. Un altro elemento riguarda il recruiting, l'approccio al mercato del lavoro. Ci vuole un'asticella molto alta nello scegliere le persone in base al loro talento, all'energia, in base alla capacità di fare la differenza e non tanto in base all'esperienza. E poi trattare le persone in maniera uguale, uomini e donne e così via. D'altro canto una rete protettiva, cioè per chi non è adatto ad essere con noi in questa azienda, in questo momento, trovare delle vie d'uscita. La seconda questione è la definizione del mercato di riferimento. La percezione che si ha dell'Italia è che siccome il mercato interno è abbastanza grande tante aziende sono soddisfatte, ci si abitua e ci si accontenta. Le condizioni però cam-

biano velocemente, quindi il tuo punto di forza non è il mercato quanto le tue competenze. Ridefinirsi in questo mondo può aiutare moltissimo".

Christian Ferri, imprenditore e studente, da New York dà quattro consigli per innovare: "L'Italia non è un Paese attraente né per me né per i miei coetanei degli Stati Uniti. Ed è principalmente così per due motivi. Il primo perché è deficiente: ci sono un sacco tasse, un sacco di risorse che vanno a finanziare una macchina che è fallace, difettosa. Se fosse un'azienda privata, in un mercato libero, ormai sarebbe in bancarotta da molto molto tempo. Due è molto burocratica. E' molto difficile viverci e lavorarci, è specialmente difficile avere un'attività. Cosa possiamo fare per migliorare il Paese? Innanzitutto il governo deve soddisfare 4 criteri principali: il primo capire che le persone sanno meglio del governo; il secondo che le persone gestite meno sono le meglio governate: il terzo è che il governo dovrebbe essere il timone e non il motore; il quarto è che il governo deve essere considerato e valutato come un'azienda privata. Deve essere valutato dai suoi risultati. Azioni specifiche? Beh, due principali: snellire la macchina (agilità e flessibilità) e puntare al nazionalismo (nessuna eccezione, nessuna preferenza, nessuna persona speciale, nessuna regione speciale)".

Dalla Polonia un imprenditore italiano che non tornerà. E' **Giovanni Masini** 29 anni. "L'Italia ha dei problemi strutturali.





Per renderlo attrattivo bisognerebbe riformare tutto. Per cambiare tutto ci vuole uno Stato nuovo e una mentalità della gente nuova. Bisognerebbe rifondare apparato fiscale, le infrastrutture, l'apparato burocratico, il mercato del lavoro, le pensioni... così tanti campi e così impervi nello Stato che credo sia impossibile. Non se ne viene fuori. Per quello non vedo una luce alla fine del tunnel. Quale contributo sono io disponibile a dare? Nessuno. Scusate la brutalità. Ma io prima salvo il mio didietro e poi penso alla mia patria. Chi dice il contrario o mente o gli hanno fatto il lavaggio del cervello. L'unica cosa che posso fare qui dall'esterno è giusto comprare prodotti



italiani anche se non hanno un rapporto qualità prezzo competitivo e non sono migliori dei concorrenti stranieri. Ma è un discorso che faccio a livello etico morale personale. ma non possono farlo i mercati ovviamente. Per cui quando si dice che l'azienda Italia non è più competitiva... è giusto che chiuda. Pertanto i veri eroi siete voi che rimanete a dare vitamina, ancora energia ad uno Stato che non va bene. Non tornerò in Italia se non in vacanza perché non è un posto accettabile per lavorare e vivere”.

Per **Gianluca Boschetti**, 29 anni, in Italia ci sono ancora poche opportunità. “Io sono partito con l'Erasmus per una esperienza di sei mesi. Lì ho trovato una

Università che crea opportunità per chi studia: molti corsi fatti con le aziende. Lì il centro è lo studente, ovvero il prodotto sfornato dall'Università ed entrerà nel mondo del lavoro.

L'Università italiana invece tende a sfornare ricercatori, disoccupati. Non si può pensare che l'Università è un mondo a sé e poi c'è il mondo del lavoro.

Quando ero là pensavo di rimanere in Danimarca, poi ho messo il curriculum in un sito e mi è capitata un'opportunità italiana.

Ho trovato un imprenditore che ha voluto investire in un giovane, sebbene con pochissima esperienza nell'ambito lavorativo, mi ha dato sempre l'opportunità di farmi crescere. Come si possono creare le opportunità? Si creano se c'è sistema flessibile e meritocratico. L'Italia ha un sistema garantistico. Tutti dicono che si vuole e si deve cambiare. Poi appena qualcosa tocca loro stessi, le loro garanzie è subito sciopero.

Noi vogliamo essere imprenditori e gli imprenditori fanno investimenti. Ricordiamoci di investire sui giovani”.

PUNTUALITÀ
errebi

INNOVAZIONE
GRAFICHE

SOLUZIONI
RIPESI

L'ARTE NELLA STAMPA

OLTRE I MEDIA



Stampa Offset

Tecnostampa s.r.l. - Via Brece - 60025 LORETO (AN) Italy
tel. 071 9747511 - fax 071 7500092
info@tecnostampa.it - www.tecnostampa.it



Stampa Rotoffset

Rotopress International s.r.l. - Via Brece - 60025 LORETO (AN) Italy
tel. 071 7500739 - fax 071 7500570
info@rotoin.it - www.rotoin.it



Stampa Offset grande formato

Grafiche Flaminia s.r.l. - Via delle Industrie, 10 - 06034 FOLIGNO (PG) - Italy
tel. 0742 39.45.11 - fax 0742 39.45.605
info@graficheflaminia.com - www.graficheflaminia.com

LA FORZA DEI NUMERI

35.000 mq coperti | 240 dipendenti | 260.000 mq di lastre
430.000 quintali di carta stampata | 54.000.000,00 € fatturato globale

Dal palco

Giovani: cambiate la classe politica!

E' lo Stato il vero svantaggio competitivo dell'Italia.

Se non prendete la politica in mano il vostro talento non serve a nulla

“Le vostre proposte sono sane, ma non sono patriottiche. La chiave del cambiamento non è chiedere allo Stato di fare sussidiarietà di ciò che vi ha impedito di fare, ma è chiedergli di togliersi dai piedi”. Dal palco del VII Forum Giovani Imprenditori Confindustria Interregionale Centro l'economista (espatriato da 29 anni) Michele Boldrin invita i giovani ad un nuovo patriottismo.

“Quando vengo in Italia sento sempre dire che gli italiani sono patriottici: ‘Italia, ce la facciamo’. Ma il patriottismo che mi piace è quello che la smette di dire ‘quanto siamo fighi’ e comincia a dire ‘quello è il problema e lo risolvo’. Senza lamenti. E smettetela di dire che questo è il Paese della cultura. Non lo siamo più. Lo eravamo. Ma oggi siamo di gran lunga nella coda dell'arte, della cultura, della creatività e persino della moda. Dovete rendervi conto della realtà”.

E c'è fretta di farlo. “Mi viene in mente una vecchia riflessione di Adam Smith. Poniamo l'attenzione sulla differenza che c'è tra ciò che spinge un imprenditore da solo e ciò che spinge gli imprenditori tutti insieme. Ma quando fanno gli imprenditori e non i sindacalisti di Confindustria. L'imprenditore da solo, giustamente e obbligatoriamente, deve avere fretta e guardare il risultato: deve avere un orizzonte di tempo relativamente corto (trimestrale, semestrale) perché sono i tempi corti che, vista la natura del business, determinano il successo o l'insuccesso di un'azienda. L'imprenditore quando fa sindacato, invece, deve chiedere giustamente che ‘per favore’ gli si facciano i favori che gli servono come categoria, per il solo fatto che esistono come gruppo e hanno fatto delle cose”.

Ma cambiano la prospettiva... “Ora prendiamo invece l'imprenditore non come singolo né come sindacato, ma come membro di un corpo sociale che vuole provare a reagire. Da questo punto di vista vi rendete conto che il problema oggi in Italia non è di avere fretta. La soluzione è risolvere i problemi che elencate, collettivamente. Non lo voglio fare né per la mia azienda in sé (chiaramente devo fare risultato), né per gli interessi del sindacato (che giustamente deve ottenere un riconoscimento) ma capisco che in realtà la salvezza di me come gruppo sociale, di me come Paese, si realizza solo se le cose si cambiano. Sto cercando di fare un discorso difficile, strettamente politico, di pensare al di fuori dei miei interessi individuali di azienda o azienda, per arrivare a pensare in termini patriottici di sistema”.

Il problema in Italia è patriottico. “Bisogna che impariate ad avere il coraggio patriottico di dire che ‘A, B, C, D non funziona e dobbiamo cambiarlo politicamente’. Il patriottismo oggi è avere la faccia dura e affrontare problema politico gigantesco mostruoso orrendo schifoso che avete davanti. Avete tutti una caratteristica comune che non è solo delle imprese giovani, ma di quelle che fanno progresso e fanno crescere la produttività, che sono il futuro dei nostri sistemi economici. Imprese che al contrario di quelle di una volta si fondano e usano fattori altamente mobili. E allora cosa dice la teoria economica? Che tutto questo ha a che fare con i vantaggi comparati, cambiati dalla tecnologia: quando tutto è mobile i vantaggi comparati non esistono più, sono tutti endogeni. Adesso la chiave di tutto sono lo Stato e la Politica. Lo Stato (che determina i costi fissi) è lo svantaggio italiano. Chi lavora sul talento lo sa che poi sono le poste, i treni, gli aerei, la giustizia, la burocrazia che fanno la differenza, oltre all'ambiente competitivo che questo determina. Questo Paese è in mano a 80enni che facevano i deputati quando io andavo all'asilo. Fateli fuori. Non fisicamente. Dovete prendere la politica in mano se no non serve a nulla il vostro talento”.





FACCIAE CONTINUE | PARETI MOBILI | INFISSI ALLUMINIO



Preparazione delle cellule

Sequenza di
montaggio facciata
strutturale a cellule
"ISACEL 190"



Sollevamento e tiro in alto



Innesto cellula a baionetta



Da Vinci Business Center

Zona "Nuova Fiera di Roma"

Proprietà: FIMIT Sgr SpA

Progetto: Arch. Marco Tamino
INGENIUM Real Estate SpA

ISA S.p.a.

Direzione generale e stabilimento:
Via L. da Vinci, 4 - 61030 Calcinelli (PU)
Tel. 0721 891810 - Fax 0721 891887
isaspa@isainfissi.com

Direzione vendite:
Via G. Mazzini, 88 - 00195 Roma
Tel. 06 37514862 - Fax 06 37514376
isaroma@isainfissi.com

Ufficio tecnico- commerciale:
Via Pola 2 - 20124 Milano
Tel. 335 7469008
isamilano@isainfissi.com

www.isaspa.eu

Dal palco

Parola chiave: semplificare

Quattro raccomandazioni da fare all'Italia: riforma fiscale, taglio della spesa pubblica, investimenti in edge e riforma del sistema giudiziario

Tanto debito e poca crescita. Ma con quattro "semplici" operazioni passa la paura recessione. Per Davide Serra, gestore dei fondi di Algebris Investments (società britannica attiva soprattutto nella gestione degli assets finanziari) ci sono solo quattro raccomandazioni da fare all'Italia, passando il testimone alla terza Repubblica. Si chiamano: riforma fiscale, taglio della spesa pubblica, investimenti in edge e riforma del sistema giudiziario.

"Per cominciare bisogna fare la riforma fiscale - dice intervenendo al VII Forum dei Giovani Imprenditori Interregionale del Centro -. Le norme sono troppe e complesse. La semplicità invece paga. Quindi ci vogliono normative tributarie semplici e chiare; accorpamento delle imposte minori e pagamento ad un unico soggetto; sistemi digitali che consentano l'autodisciplina in materia fiscale; ottimizzazione delle agevolazioni fiscali. Oltre al fisco più semplice e digitale ci vuole l'eliminazione del denaro contante, l'unico modo per combattere l'evasione. I pagamenti con le carte di credito in Korea del Sud, ad esempio, ha fatto aumentare i consumi grazie anche al sistema di deduzione delle imposte per acquisti "digitali". Le ricevute di carte di credito entrano in una lotteria nazionale e il sommerso in Korea è migliorato del 5% sul Pil. Per l'Italia significherebbe 20 bilioni di euro di gettito fiscale in più, 1,5% del Pil. Terzo poi incentivi alle imprese: bisogna operare un taglio delle tasse sulle imprese e sul lavoro per un 2% di Pil complessivi e maggiori tasse sulle rendite finanziarie. Diminuire del 10% la Tax Rate delle imprese e del lavoro dipendente e aumentare dal 20 al 30% le tasse sui capitali inutilizzati. Così si vanno a recuperare 10-15 bilioni mancanti dall'evasione e della riduzione degli sprechi".

Dopo la riforma fiscale il taglio della spesa pubblica. "In Italia ci sono troppo sprechi - prosegue Serra -. Ci vuole una Spending Review a livello capillare con meno sprechi e più servizi, attraverso: la razionalizzazione della spesa statale a tutti i livelli; la riduzione dei dirigenti e di contro l'aumento della produttività del dipendente pubblico. Ma ci vogliono anche le dismissioni del patrimonio pubblico: cessione di immobili (70-80 bilioni); cessione di partecipazioni (40 bilioni); capitalizzazione di concessioni (30 bilioni) abbassano debito e interessi a favore della crescita".

Terzo step: investire dove abbiamo edge. "Meno avvocati e politici e più scienziati e ingegneri. Il primo focus è sull'istru-

zione e ricerca per tornare ad essere competitivi e rilanciare il manifatturiero. Bisogna pensare e ripensare all'energia; ai trasporti, alla difesa; all'agroalimentare e alle telecomunicazioni. Il secondo focus è sulle esportazioni. Servono macchinari e apparecchiature, metallurgia, autoveicoli, prodotti chimici, apparecchiature elettriche, farmaceutica e made in Italy".

Last but not least: la riforma giudiziaria. "Occorre riorganizzare gli uffici giudiziari - conclude Serra - seguendo i migliori esempi europei e nazionali (come ad esempio Torino). Bisogna introdurre sistemi interamente digitali e operare una ridistribuzione della geografia giudiziaria. In più c'è la necessità di migliorare le leggi per il business. Dobbiamo concentrarci sull'esecuzione delle sentenze e rafforzare il meccanismo di recupero dei crediti, rendendo possibile esigere anche da persone/società direttamente correlate con il condannato. Infine c'è urgenza di leggi anti-corruzione. Solo semplificando le leggi e velocizzando i tempi si può fare davvero giustizia".





**NASCE UBI GOLD.
SCOPRI IL NOSTRO SERVIZIO PIÙ RICCO,
ANCHE DI ATTENZIONI.**

Accomodate in filiale e scopri i privilegi di UBI GOLD:
un consulente che ti segue nel tempo con strumenti di
pianificazione finanziaria all'avanguardia e un'offerta esclusiva.

UBI  **Banca Popolare
di Ancona**

Fare banca per bene.

800.500.200 - www.ubibanca.com

Messaggio pubblicitario con finalità promozionale. Offerta rivolta a persone fisiche, che consente di fruire, a scelta del cliente, anche disgiuntamente, di un servizio di consulenza in materia di investimenti, di condizioni speciali sul conto corrente e su alcuni prodotti allo stesso abbinabili. Requisito per poter accedere a qualsiasi servizio o agevolazione compresa nell'offerta e continuare a fruirne: titolarità, anche in cointestazione, di un patrimonio (dato dalla sommatoria dei saldi di conto corrente, dei depositi a risparmio e di altre forme di raccolta collocate dalle Banche del Gruppo UBI Banca, quali ad es. obbligazioni bancarie, certificati di deposito, polizze vita) pari o superiore a Euro 300.000 oppure contitolarità di almeno un rapporto con un cointestatario che, da solo o in cointestazione, sia titolare di un patrimonio pari o superiore a Euro 300.000. Le attività di investimento di cui al servizio di consulenza in materia di investimenti non comportano alcuna garanzia di mantenere invariato il valore degli investimenti effettuati e la Banca, nell'esecuzione dell'incarico, non promette il risultato utile dell'attività svolta. Per i precisi criteri di calcolo del patrimonio e per le condizioni contrattuali, ivi comprese le condizioni economiche, si rinvia a quanto indicato nei fogli informativi e nella documentazione precontrattuale predisposta per la prestazione del servizio di consulenza in materia di investimenti, disponibile in tutte le filiali delle Banche del Gruppo UBI Banca esclusa UBI Banca Private Investment.

La primavera Italia diventa disegno

I lavori degli allievi della Scuola del Libro di Urbino realizzati mentre gli imprenditori discutevano sul futuro del nostro Paese

Gli studenti incontrano gli imprenditori e traducono le loro idee in disegni. C'erano anche sei allievi della Scuola del Libro di Urbino, il liceo che rappresenta nel territorio la più antica istituzione artistica (fondato nel 1861 con la denominazione di "Istituto di Belle Arti per le Marche" e divenuto, nel 1925, "Istituto di Belle Arti per la decorazione e l'illustrazione del libro", ha saputo mantenere la sua identità rinnovandosi nel tempo), al pomeriggio di "studio" dei Giovani Imprenditori di Confindustria che si è svolto all'Hotel Excelsior il 23 novembre scorso. Mentre gli imprenditori riuniti per il VII Forum Interregionale Centro discutevano per trovare i modi per dare il via alla PrimaVera Italia, i liceali traducevano le parole in segni... tracciando le loro linee (guida) della Primavera Italiana.

"Questa è la generazione che verrà dopo di noi - ha sottolineato Sergio Nava, giornalista e conduttore della trasmissione "giovani Talenti" di Radio24 - più mobile e internazionale di questa".

Per tutto il lungo pomeriggio Claudia, Michela, Nicola, Catia e Alena (il sesto non si è potuto trattenerne fino alla fine) non hanno distolto lo sguardo dai loro fogli. Matita in mano e tre colori: bianco rosso e verde. "Io ho rappresentato l'idea di primavera come uno sforzo delle nuove generazioni che innaffiano la pianta - dice Claudia -: lavorano per la crescita dell'Italia, uno sopra l'altro perché c'è bisogno di collaborare". Alena ha fatto una sequenza. "Prima di cominciare - spiega con il suo accento dell'est - abbiamo parlato delle tematiche, evidenziando i temi principali. Ognuno di noi poi ha scelto il concetto a cui era più interessato. La Primavera è qualcosa che deve crescere, muoversi, fiorire. Io ho lavorato sul concetto di rinnovamento dell'Italia e ho immaginato un uomo che lava un vetro sporchissimo e poi esce la bandiera italiana. Poi ho lavorato sul concetto del ricomporsi, perché è stato detto che dobbiamo aiutarci, essere uniti, che le piccole imprese e le grandi imprese devono collaborare: e allora mi è venuta l'immagine dei giovani che devono ricomporre l'Italia frantumata, in piccole schegge". Anche Michela ha sviluppato il tema della frammentazione e dell'unione. Per farlo ha utilizzato un elemento semplice, appartenente alla tradizione. "Ho usato il lego - spiega - perché per prima cosa è come tornare indietro e giocare. Ma l'elemento base è una chiavetta Usb. Ho unito la tecnologia e la tradizione. Tre elementi, bianco, rosso e verde che uniti tra loro formano l'Italia. Il concetto è quello di lavorare tutti insieme piuttosto che dividersi in nord, centro e sud, per rimettere in moto il Paese".

Nel disegno di Catia torna l'idea dell'importanza della tradizione, della storia, delle nostre origini. Senza il passato non può esserci il futuro. "A volte restiamo ancorati, fossilizzati al passato - dice la studentessa - invece dobbiamo utilizzarlo per pensare al futuro. E così ho messo dei fiori dentro il Colosseo". Lo sguardo al futuro è lo spunto che ha ispirato Nicola. Nel suo disegno c'è "un italiano qualsiasi che guarda avanti, lontano. Vede nel futuro" e per farlo utilizza un tri-nocolo, ovvero un binocolo con tre lenti, tre occhi (il terzo della mente?) uno bianco uno rosso e uno verde.





Fermo - Sede Centrale



Storia
Solidità
Autonomia
Sicurezza del risparmio
Sostegno al territorio



carifermo
cassa di risparmio di fermo s.p.a.

Partire o restare? Questo è il dilemma

Talenti con la valigia in mano. “Ready to go” o “Ready to come back”? Questo è il problema. La soluzione è in due progetti, giovani per giovani, messi a confronto in occasione del VII Forum Giovani Imprenditori di Confindustria Interregionale del Centro. Due visioni opposte che hanno come minimo comune denominatore la voglia di valorizzare i cervelli in fuga.

Da una parte c'è l'iniziativa dell'architetto **Giulio Sovran** ideatore di “Goodbye Mamma”. Dall'altra “La Fonderia dei Talenti” fondata dal general manager **Lorenzo Pompei**.

“Goodbye Mamma” è un progetto che aiuta gli italiani a lasciare l'Italia. Il nostro compito è quello di dare una bussola a tutti coloro che hanno la curiosità e la carica di mettersi in gioco in un Paese straniero, ma non sanno bene come – spiega Sovran - Ideato tre anni e mezzo fa, è nato dapprima con la scrittura di un libro ed ora viaggia di pari passo nel mondo virtuale attraverso un sito internet, un blog e una commu-

nity (utilizzando facebook e twitter) e con la possibilità di essere declinato su un ventaglio più ampio di media (tra cui le applicazioni per I-Phone e Android). Goodbye Mamma è un team di una ventina di persone provenienti da differenti background internazionali e accomunati dal desiderio di fornire un supporto chiaro e versatile sulla tematica dell'italiano all'estero. Lo fanno attraverso il sito internet sempre aggiornato e dotato del Goodbye Finder che è il motore di ricerca studiato appositamente per il sito di goodbyemamma.com: permette di trovare informazioni pratiche, possibilità di studio, lavoro e “vita” all'estero, tramite una serie di parametri che ne facilitano la ricerca e connettono direttamente a tutte le informazioni più aggiornate nel web, selezionate quotidianamente dal nostro team. Ma il progetto non si rivolge solo ai giovani. Segue tutto un percorso di vita. Dai 15 anni fino alla pensione, aiutiamo le persone a trovare la propria opportunità all'estero. L'idea è quella di partire, ma non di fuggire. ‘Partire, per poi tornare’, come scrive Renzo Piano, contribuendo a migliorare il nostro Paese qualora la decisione di trasferirsi all'estero non dovesse rivelarsi definitiva. Oppure rimanere per sempre nel posto che abbiamo scelto consapevolmente come la nostra casa nel mondo. Questa è la base”.

Se è difficile è abbandonare tutto e partire, altrettanto difficile è lasciare nuovamente tutto per tornare. Perché nel frattempo l'Italia è cambiata e si sono persi i contatti con amici e aziende. E' su questo nuovo salto nel buio che va ad agire “La Fonderia dei Talenti”: quello di Lorenzo Pompei è un progetto d'aiuto a tornare. “L'idea – sottolinea il general manager - è dare messaggio di ottimismo. La situazione è dura non solo in Italia ma in tutta Europa. Noi siamo un piccolo gruppo di privati cittadini che su base puramente volontaria collabora strettamente con alcuni membri della Camera dei Deputati (On. Alessia Mosca, On. Guglielmo Vaccaro, On. Francesca Cilluffo, On. Antonio Palmieri, On. Sabrina de Camillis) nel loro intento di apportare vigore alla legge bipartisan 238/2010 (c.d. Controesodo) concepita per riattrarre i laureati nati dopo il 1969 in Italia attraverso un abbattimento dell'imponibile fiscale. Stiamo cercando di fare sistema con le varie iniziative che stanno nascendo nel Paese in materia di attrazione Talenti per ottenere sinergie e incanalare tutte le energie verso lo stesso obiettivo: attirare coloro che vogliono tornare, facilitare il mentoring per chi vuol partire, e soprattutto, rintracciare su scala planetaria il maggior numero di talenti all'estero per impedire che perdano i contatti sia con il tessuto economico italiano, sia con i loro peers. Con questa community cerchiamo anche di aiutare le aziende in Italia a reperire Talenti altrimenti difficile da rintracciare. Non intendiamo contare su finanziamenti pubblici, ma solamente su donazioni da parte di privati, aziende e associazioni”.



Quando un territorio diventa competitivo



Ha colto con entusiasmo l'opportunità di parlare, ai giovani imprenditori del centro Italia, dell'importanza dei trasporti per lo sviluppo dell'economia e il potenziamento della competitività delle imprese, Roberto Pesaresi. "Le aziende competono nel mondo, se i territori sono capaci di competere nel mondo dal punto di vista infrastrutturale - ha esordito il Presidente ed Amministratore Delegato di Interporto Marche Spa e presidente della Sezione Trasporti e Logistica di Confindustria Ancona in occasione del VII Forum GI di Confindustria interregionale del centro -. I territori, infatti, non sono più quelli istituzionali, geografici ma quelli dell'economia".

Roberto Pesaresi ritiene che parlare di infrastrutture significhi affrontare un argomento che permane al centro dell'attenzione sia quando l'enfasi è riposta sull'evoluzione di breve periodo dell'economia, sia in un'ottica di lungo periodo. Interconnessione e interoperatività del network diventano così due degli aspetti più significativi da trattare oggi.

"Noi pensiamo che in questo momento sia indispensabile coniugare gli aspetti infrastrutturali con quelli di gestione operativa in una logica di area vasta - prosegue Pesaresi -. Questo Forum mette insieme regioni che hanno le stesse problematiche e che sia per previsione legislativa, sia per accordi specifici, stanno già avviando una gestione comune di infrastrutture:

Le aziende competono nel mondo, se i territori sono capaci di competere nel mondo dal punto di vista infrastrutturale

porti, aeroporti, interporti. Il secondo aspetto fondamentale da tenere sempre presente è che i temi della logistica e del trasporto incidono del 15-20% sui costi del prodotto finale. E quindi incidere su questi costi significa di fatto aumentare la competitività delle nostre imprese. La terza questione sul piatto è che i mercati di sbocco dei nostri territori sono normalmente quelli del nord Europa, est Europa e del mondo... e per andare da queste parti noi abbiamo bisogno di infrastrutture efficienti. In queste settimane a Bruxelles si stanno prendendo decisioni sulle reti TenT (Trans-European Transport networks, ndr) e sui corridoi europei: noi dobbiamo fare in modo che in questa scelta, questi nostri territori del centro Italia ci siano, perché nel periodo 2014-2020 probabilmente queste saranno le uniche risorse che potremo avere per migliorare la nostra efficienza".

La Commissione Europea ha presentato una proposta di regolamento con la quale si prospetta una revisione degli orientamenti riguardanti la rete transeuropea di trasporto TenT. Dei dieci corridoi necessari per la realizzazione della rete centrale, quattro sono di interesse per l'Italia e tra questi figurano: il corridoio Baltico-Adriatico (che collegherà Helsinki a Ravenna nell'ambito del quale sono previsti i collegamenti ferroviari Vienna-Udine-Venezia-Ravenna e Trieste-Venezia-Ravenna) ma dal quale sarà esclusa parte della dorsale adriatica delle regioni Marche, Abruzzo, Molise e Puglia comprendente i porti di Ancona, Bari e Brindisi, con l'interconnessione attraverso Taranto agli altri corridoi europei; il corridoio 5 Helsinki-La Valetta (che comprende il tunnel base del Brennero nonché i collegamenti ferroviari Fortezza-Verona, Napoli-Bari, Napoli-Reggio Calabria, Messina-Palermo e Palermo-La Valetta e tre diramazioni verso i porti di Ancona via Bologna e Livorno e La Spezia via Pisa-Firenze).

Alla luce di ciò, la ricetta per una impresa vincente è quindi "lavorare fin da subito con quello che c'è - conclude Pesaresi - (che è già abbastanza) e migliorare questo in una logica più strategica". L'invito ai giovani imprenditori è quello di "non aspettare che tutte le infrastrutture siano pronte. Perché se noi aspettiamo di realizzare tutto con le difficoltà che ci sono significa che probabilmente non le realizzeremo mai o se anche le realizzeremo le realizzeremo in un'epoca in cui le questioni saranno nuovamente cambiate".



Federico Montesi: I giovani siano fonte di ispirazione

Ha molto apprezzato il format del VII Forum Giovani Imprenditori di Confindustria organizzato a Pesaro, il presidente dell'Interregionale del Centro, l'organismo che raggruppa i junior del sistema confindustriale, nato nel 2003 grazie all'impegno degli allora presidenti dei GI delle Regioni Lazio, Marche e Umbria. "L'anno prossimo però mettiamo il convegno prima della consulta" suggerisce Federico Montesi. Dal convegno infatti vengono le idee che la consulta può mettere in pratica. Nel corso degli anni, infatti, l'operato dell'Interregionale Centro non solo ha favorito una conoscenza reciproca dei giovani imprenditori, ma ha realizzato iniziative che hanno contribuito a stabilire un clima di collaborazione tra imprese e territori del centro Italia. Questo clima, lo "stile" dell'Interregionale del Centro è stato la molla che ha recentemente spinto i giovani di Confindustria Abruzzo a lasciare l'Interregionale del Sud per entrare in quello del Centro, ingresso formalizzato a metà ottobre. Non per questa soddisfazione fa meno autocritica Montesi. L'anno prossimo Montesi tornerà con altre vesti. "Devo sistemare le ultime questioni e poi passo il testimone a Francesco Mascarucci che sarà il prossimo presidente Interregionale del Centro" a cui lascia un'eredità importante. "Credo non sia importante solo trovarsi per discutere su cosa siamo capaci di fare per il nostro Paese. Dovremmo fare autocritica come Confindustria. I giovani imprenditori si trovano sempre per promuovere iniziative per migliorare il Paese, invitano in apertura i senior a parlare e credo che questo sia apprezzabile nel movimento. Ma vorrei che si recepisse il fatto che se i giovani chiamano i senior ad aprire un Forum è perché hanno la necessità di ascoltare... ma probabilmente hanno anche la presunzione di avere qualcosa da comunicare. Diventa perciò opportuno che qualcuno rimanesse fino alla fine ad ascoltare. Perché anche i giovani imprenditori possono essere fonte di ispirazione".

ve@ba

Continuate ad aprire nuove strade.



Nuova Audi A6 allroad.

Esistono infinite strade per raggiungere una meta e tutte percorribili. Ecco perché la nuova Audi A6 allroad è progettata per affrontarle tutte. Disponibile nella versione Business plus che include anche sistema di navigazione con MMI e radio plus, fari Xenon plus, rivestimento in pelle Milano, sistema di ausilio al parcheggio plus, volante sportivo a tre razze multifunzionale in pelle e un vantaggio cliente del 34% sul prezzo del listino equipaggiamenti. www.audi.it

Consumo di carburante circuito combinato (l/100km) 6.1 - 8.9; emissioni CO₂ (g/km) 159 - 206.

Audi Credit finanzia la vostra Audi.

Audi 
All'avanguardia della tecnica

Domina

Concessionaria Audi R8
Ancona - Via Pirani, 2 - Tel. 071.2900000
Jesi - Via Cartiere Vecchie, 21 - Tel. 0731. 214830
www.audidomina.it

Conoscersi e fare rete

La passione e l'entusiasmo dei GI di Ancona, presieduti da Maria Cristina Loccioni



“Sono stati tanti e importanti gli spunti che noi GI di Ancona ci siamo portati a casa dal Convegno di Pesaro: idee che abbiamo condiviso anche tra noi e che combaciano perfettamente al percorso che insieme al mio gruppo sto portando avanti sul nostro territorio”: Così **Maria Cristina Loccioni**, Presidente dei GI di Ancona, ha commentato a caldo al rientro dal Convegno Interregionale di Pesaro.

In particolare gli spunti di cui parla la Loccioni riguardano la valorizzazione dei talenti attraverso il racconto di esperienze dirette di giovani imprenditori, l'apertura verso il mondo e gli strumenti per poter essere imprenditori di successo: tutti temi su cui il gruppo GI di Ancona si sta muovendo.

Leggendo infatti il programma di presidenza salta subito all'occhio il primo concetto fondamentale: il patrimonio relazionale. “Il nostro territorio è ricco di eccellenze imprenditoriali – spiega la Loccioni - di storie, di esperienze, e diventa fondamentale valorizzare questo capitale attraverso la conoscenza delle nostre realtà, lo scambio delle competenze, la condivisione di idee. Sono

fermamente convinta che su questo specifico tema noi giovani giochiamo un ruolo strategico: la nostra energia, le nostre capacità, la propensione a guardare avanti con spirito innovativo e curioso, il coraggio, la passione, il desiderio di fare e di confrontarsi, sono elementi vincenti che possono contribuire alla crescita di noi stessi, delle nostre imprese, del territorio in cui viviamo”.

E su questo tema il gruppo sta investendo davvero molto: il primo grosso lavoro è stato quello di aggregare i membri del gruppo, per facilitare la conoscenza reciproca tra i giovani e scambiarsi esperienze, idee, progetti, desideri ... e perché no ... anche sogni. Sì, perché nel gruppo GI di Ancona esiste addirittura un progetto che si chiama “**altri piani**”, ovvero la valorizzazione delle passioni dei giovani al di fuori dell'ambito lavorativo. Sport, musica, cucina ... l'idea è di coinvolgere i membri del gruppo in iniziative ludiche/culturali, per conoscersi meglio come persone oltre che come imprenditori.

Ma creare aggregazione ha anche significato un coinvolgimento diretto di tutti i giovani su due livelli: il primo stimo-

lando la partecipazione agli eventi organizzati dal gruppo, il secondo responsabilizzando i singoli con ruoli specifici nei vari gruppi di lavoro.

Partiamo dall'inizio.

Dopo un primo incontro con il **Direttore e il Presidente di Confindustria Ancona** per conoscere meglio l'associazione e sentirsi parte integrante della struttura, i GI di Ancona hanno aderito sempre più numerosi agli incontri organizzati sul territorio.

Il primo con **Iginio Straffi**: una giornata particolare, aperta anche alle famiglie, in cui il re dei cartoni animati ha raccontato alla foltissima delegazione - oltre 100 persone - la storia del suo successo, con grande semplicità e un profondo senso di umiltà. “Inventate ogni giorno qualcosa di nuovo – disse Straffi in quell'occasione – anche se siete piccoli, per competere con i grandi ci vogliono idee innovative. Ma non solo: è necessario mettere a punto progetti ben strutturati, investire continuamente sulla qualità e soprattutto lavorare tanto, tantissimo e con una disciplina ferrea”.

Più istituzionale ma sempre caratterizzato da un clima informale, l'incontro con il governatore delle Marche **Gian Mario Spacca** in cui sono state toccate tutte le principali tematiche che interessano la categoria “Un'importante occasione di confronto per capire lo scenario complessivo in cui noi ci muoviamo e al quale siamo chiamati a dare il nostro contributo” queste le parole di Maria Cristina alla fine dell'incontro.

Il più recente con **Francesco Casoli**, che ha condiviso con i giovani la sua visione dell'impresa e il suo ruolo di imprenditore. “Dovete capire il mondo da dentro, viverlo con piena consapevolezza – aveva dichiarato Casoli - andare in giro per conoscere i paesi da vicino, e non solo dal punto di vista del business, ma an-



dando a scoprire i profumi, i colori, le persone. L'epoca dei furbi è finita, oggi è l'epoca della qualità e della competenza; è l'epoca della determinazione e della costanza nel perseguire i propri obiettivi, nell'aver voglia di vincere, di essere i numeri uno, di rompere gli schemi”.

Ultimo appuntamento dell'anno in agenda quello con il Vescovo di Ancona **Edoardo Menichelli** che porterà indubbiamente una visione “dall'alto”.

Per concludere il discorso sulla partecipazione non si possono dimenticare la partecipazione di una folta delegazione di GI anconetani - in realtà la più numerosa delle Marche - ai due Convegni nazionali di Santa Margherita Ligure e di Capri: importanti momenti di confronto con il panorama italiano, sia dal punto di vista industriale che politico.

Ma l'aggregazione si fa anche giorno per giorno, anzi “settimana per settimana”. Maria Cristina, ogni venerdì sera, manda un weekly update, che riassume le iniziative passate, in corso e in programma, aggiorna sui lavori dei gruppi, valorizza le singole persone che si impegnano nei vari progetti e dà il benvenuto ai nuovi iscritti. “E’ un modo snello ed efficace per fare rete, per restare connessi - ha chiarito la Loccioni - un modo anche per gratificare chi dedica il suo tempo al gruppo, con tanta passione ed

energia”.

E veniamo proprio ai gruppi di lavoro.

Matteo Accorroni gestisce il gruppo Innovazione e ha vissuto la recente positiva esperienza del progetto SAN dedicato a esplorare in modo inusuale il tema dell'innovazione, per fornire strumenti concreti alle imprese, soprattutto quelle di piccole dimensioni, per fare dell'innovazione la vera leva per uscire dalla crisi.

Fabio Agabiti Rosei lavora insieme al suo gruppo sulle *Reti d'Impresa* e sul tema inizierà a sviluppare sinergie con il gruppo che si occupa di *Internazionalizzazione* guidato da **Giovanni Fiorini**.

Sara Ripesi è leader del gruppo *Education*, il più numeroso, impegnato su diversi progetti in corso: Impara ad Intraprendere, corso di educazione all'imprenditorialità destinato ai ragazzi dell'ultimo anno delle superiori, Orientagiovani in collaborazione con Pesaro, learning by doing, progetto che coinvolge anche i docenti sui metodi apprendimento. Il gruppo lavora anche su progetti destinati alle scuole medie inferiori ed è in programma anche di partire con Eureka, rivolto alle scuole elementari.

Ultimo gruppo, ma non certo per importanza, è quello capitanato da **Luca Busco** e si occupa di *Cultura d'Impre-*

sa”: all'interno del gruppo sta prendendo corpo l'iniziativa, grazie alla spinta di **Patrizia Camilletti**, di redigere il Bilancio Sociale del Gruppo Giovani Imprenditori di Confindustria Ancona: un modo per raccogliere i numeri, gli eventi realizzati, le attività, le persone coinvolte, con l'obiettivo di valorizzarle e di diventare uno strumento di marketing per coinvolgere sempre più soci e avere visibilità anche nel panorama nazionale.

Non mancano iniziative e progetti a carattere trasversale, come ad esempio la collaborazione con il Comitato Territoriale della Vallesina sul progetto Jesi Cube e non ultima quella con l'Istao, con cui esiste già un canale aperto per valutare insieme sinergie sul tema della formazione mirata.

E su tutto, un'attenta, costante e puntuale attività di **comunicazione**. “Non è il desiderio di metterci in mostra - spiega Maria Cristina - ma di condividere il più possibile sia tra i membri del gruppo sia all'esterno i progetti che stiamo portando avanti sul territorio. Progetti in cui crediamo fermamente e ai quali dedichiamo grande energia, entusiasmo e passione. Ci piace che questa energia positiva esca dal gruppo e contagi anche chi ci sta intorno: pretendiamo troppo forse?”.



Ci piace la contaminazione con culture straniere

**Le attività del Gruppo
Giovani Imprenditori di
Pesaro Urbino guidati
da Federico Ferrini.
Due importanti progetti:
“GEI – Giovani Eccellenti
ed Internazionali” e
“Le leve della
competitività”**

Le attività dei Giovani imprenditori, guidati dal Presidente Federico Ferrini, nel corso dell'ultimo anno, si sono sviluppate nell'ambito di due importanti progetti dal titolo “GEI – Giovani Eccellenti ed Internazionali” e “Le leve della competitività”.

Con il progetto GEI sono state raccolte le testimonianze di giovani dall'estero, che nel corso di vari incontri hanno

fornito la loro personale esperienza nello specifico ambito di attività, non limitato alla sola imprenditoria.

L'obiettivo primario è stato quello di confrontare le esperienze del gruppo giovani imprenditori di Pesaro Urbino con quelle di altri giovani di successo che si sono distinti in quanto hanno fornito un notevole contributo allo sviluppo dell'attrattività del nostro Paese.

Tale scelta è nata dalla convinzione che il confronto ed il dialogo con giovani talenti italiani che operano all'estero costituisca il punto di partenza fondamentale per innescare il processo di sviluppo e rinnovamento che deve necessariamente passare attraverso l'internazionalizzazione, intesa come contaminazione con culture proiettate al futuro ed emulazione di esempi virtuosi esterni. “Citando Renzo Piano – afferma il Presidente dei GI Federico Ferrini – noi italiani dobbiamo partire per poi tornare: io interpreto questo come un invito non solo ad un viaggio fisico, ma anche di conoscenza. Noi giovani dobbiamo abbattere le frontiere mentali e partire con in spalla il bagaglio costituito dalla straordinaria cultura che il nostro Paese e la nostra storia ci mette a disposizione, per rinnovarlo continuamente acquisendo input e stimoli da ogni parte del mondo. Il mix che ne nascerà ci permetterà di essere competitivi e vincenti a livello globale”

Il primo incontro, dal titolo “Quale



futuro per il Made in Italy” ha visto la partecipazione di **Lara Comi**, la più giovane europarlamentare italiana, che ha illustrato come il prodotto italiano sia attualmente minacciato dalla concorrenza estera che tenta di erodere il vantaggio competitivo ed imitazioni che mirano a sfruttarne la fama. Lara Comi ha evidenziato inoltre come la tracciabilità e il controllo di qualità siano gli aspetti tecnici necessari e fondamentali per tutelare il Made in Italy. Al secondo incontro, dal titolo “University INC” è intervenuto il giovane Professore di Economia e Management dell’Università di Toronto, **Nicola Lacetera** che ha parlato dell’importanza dell’Università quale luogo della cultura, dello sviluppo delle idee e dell’innovazione in ogni disciplina e di come i risultati di ricerca in ambito universitario possano trasferirsi con successo all’impresa; durante l’incontro sono stati approfonditi i meccanismi di collaborazione e sinergia tra università e impresa nelle declinazioni USA/Canada e Italia.

Il terzo incontro, “Dalla Bottega al Mito”, ha avuto come protagonista il pesarese **Luca Iacomucci**, designer dell’Alta Gioielleria di Cartier. L’incontro ha voluto mettere a confronto due distinte realtà, da un lato la Bottega: piccola realtà che nasconde passione e maestria, dove la manualità anticipa il pensiero; dall’altro la grande azienda di Alta Gioielleria. Due realtà apparentemente lontane che come originano un valore comune: il savoir faire e la cultura del saper fare.

Nell’ambito del progetto “Le leve della competitività” incentrato sui temi della innovazione e competitività aziendale sono state realizzate una serie di attività formative (viaggi, corsi e visite aziendali), promosse dal Presidente Federico Ferrini supportato dal Gruppo di Lavoro della Formazione dei GI, di seguito elencate:

- **Innovazione e design** sono stati al centro del viaggio dei Giovani Imprenditori di Confindustria Pesaro Urbino a Londra: tre giorni di full immersion presso il Royal College of Art, una delle più prestigiose

università internazionali, nonché l’unica al mondo interamente post-laurea, e allo studio di Nigel Coates, interior designer che collabora con le più importanti aziende dell’arredamento.

Al Royal College of Art i Giovani imprenditori sono stati guidati dall’architetto fiorentino Daniele Bedini, che lavora nel College alla progettazione e ristrutturazione nel campo dell’architettura.

Grazie a Bedini, è stato possibile visitare i laboratori del College, guidati da Direttore del dipartimento Ashley Hall.

Ricca di stimoli è stata la visita al Brompton Design District di Londra, guidato da Nigel Coates: un quartiere prettamente votato al design e indicato dalla municipalità londinese come area di grande interesse per quanto riguarda il design e l’architettura di interni, all’interno della quale sono presenti diversi brand italiani.

- Il tema della **competitività aziendale** è stato affrontato durante il viaggio formativo a Stoccarda, organizzato con la collaborazione della direttrice della Confederazione Metalmeccanica del Baden-Württemberg, Marion Johannsen. Il viaggio di lavoro è nato dalla volontà di confrontarsi con realtà imprenditoriali e comparti industriali innovativi, con l’obiettivo finale di capire quelle che sono le condizioni che favoriscono la competitività delle aziende tedesche a livello globale.

I Giovani Industriali hanno visitato l’Istituto Fraunhofer, la più grande organizzazione in Europa per la ricerca applicata, con 60 istituti solo in Germania.

La missione è proseguita con l’interessantissima visita alla Daimler AG di Sindelfingen, il gruppo industriale produttore del brand Mercedes. Ultima visita della delegazione alla Hansa Metallwerke AG, azienda leader mondiale nella produzione di rubinetterie, lavelli e accessori per il bagno.

- **L’Innovazione** quale strumento della competitività imprenditoriale è stata al centro delle visite aziendali presso la sede di M31Italia Srl di Padova, noto incubatore di impresa privato che trasforma idee in imprese nel settore della tecnologia dell’informazione e delle sue applicazioni, e presso H-Farm in provincia di Treviso, Venture Incubator che opera a livello internazionale in ambito Web, Digitale e New Media, favorendo lo sviluppo di start up basate su innovativi modelli di business.

- Il tema della **comunicazione**, quale strumento per la solidità aziendale, è stato affrontato durante il corso dal titolo, “Capirsi-Comunicazione efficace.Coaching e programmazione Neuro Linguistica”, durante il quale sono state illustrate le caratteristiche e le dinamiche della PNL.

A completamento delle attività del Gruppo dei Giovani Industriali di Pesaro Urbino, è stata ospitata una delegazione di studenti frequentanti un Master in Ingegneria dell’Università di Cambridge, provenienti da ogni parte del mondo, che aspirano a ricoprire nel loro futuro il ruolo di manager nell’industria manifatturiera e nei servizi. Gli studenti sono stati accompagnati in visita dal Presidente Ferrini ed altri giovani imprenditori pesaresi, presso aziende prescelte, che rappresentano il fiore all’occhiello dell’imprenditoria marchigiana: IGuzzini Illuminazione, Gruppo Loccioni, Scavolini Spa, BIESSE Spa, Sartoria Saint Andrews Spa, SAIPEM Spa.

“Questo genere di scambi – afferma Federico Ferrini – realizzano pienamente la contaminazione con culture straniere, uno degli obiettivi della nostra attività formativa. Il confronto con queste giovani menti eccellenti è stato entusiasmante e speriamo vivamente che la presentazione della nostra realtà imprenditoriale possa costituire una proposta attrattiva per loro dal punto di vista professionale e quindi cercare di bilanciare il fenomeno del brain drain che invece porta molti dei nostri giovani italiani eccellenti ad espatriare”.

Formazione, passaggio generazionale e start up



Iniziative e progetti del Gruppo Gi di Confindustria Macerata raccontati dal Presidente Alessandro Guzzini

Dal 16 marzo 2012, election-day per me e i miei colleghi del consiglio direttivo del Gruppo Giovani di Confindustria Macerata, ci siamo posti come obiettivo quello di ideare iniziative ed eventi che mettano a disposizione del nostro associato una serie di opportunità e di esperienze per aiutarlo a crescere e diventare sempre di più imprenditore, e quindi soggetto in grado di far crescere ed innovare la propria impresa e in ultima analisi la società. Seguendo questa linea ispiratrice, abbiamo posto la formazione come fulcro delle attività del gruppo.

Le modalità di svolgimento della formazione che stiamo perseguendo sono molteplici: seminari manageriali, visite aziendali, incontri con economisti e personaggi di spicco nazionali ed internazionali, viaggi studio. In particolare, il nostro gruppo ha proseguito il percorso "Storie d'impresa" che ha l'obiettivo di far conoscere agli iscritti al nostro Gruppo le eccellenze imprenditoriali del nostro Territorio attraverso un ciclo di visite

aziendali. Il progetto, seguito da Tobia Sardellini, nasce dalla consapevolezza che ascoltare dalla voce dei protagonisti l'autobiografia di un'azienda, il suo percorso di crescita, i successi e magari anche gli insuccessi, è un modo efficace per accrescere le proprie conoscenze, per stimolare il confronto e lo scambio di idee e per portare nelle proprie realtà nuove motivazioni e competenze.

Nel corso del 2012 abbiamo avuto l'opportunità di visitare la Rainbow e la Elica e di confrontarci con due big dell'imprenditoria marchigiana, Iginio Straffi e Francesco Casoli.

Il prossimo appuntamento, che proprio in questi giorni abbiamo iniziato ad organizzare in collaborazione con gli amici Gi di Ancona, dovrebbe essere con l'azienda Brunello Cucinelli.

Altra direttrice importante della formazione del nostro Gruppo è quella dei viaggi-studio. Molto utile e coinvolgente è stato il viaggio che abbiamo organizzato ad Istanbul lo scorso settembre, nel corso del quale abbiamo potuto visitare

i cantieri navali di Perini Navi a Tuzla, in cui vengono costruiti gli scafi in alluminio di alcuni tra i più prestigiosi yacht al mondo, ed incontrare personalità importanti come Ulsever Neriman, che oltre a presiedere Indesit Turchia siede nel CDA della seconda banca del paese, o come i funzionari dell'agenzia Ispat, che sono pronti ad offrire il loro supporto alle aziende interessate ad investire in Turchia. L'iniziativa è stata possibile grazie alla collaborazione del Console generale onorario della Repubblica di Turchia in Ancona, Mauro Minestroni, con il quale abbiamo condiviso l'esperienza del viaggio fin dalla sua presentazione in occasione della festa d'estate dello scorso luglio.

Il gruppo sta poi lavorando su un'importante tema che stiamo cercando di sviluppare coinvolgendo anche i Senior di Confindustria Macerata: il passaggio generazionale.

Il tessuto industriale del nostro paese e della nostra provincia è formato da tante piccole e medie imprese familiari ed il passaggio generazionale è da sempre un processo critico nella vita di impresa: può rappresentare, se ben gestito, un'occasione per dare nuova linfa e quindi spinta all'impresa, mentre, se gestito male, può provocare gravi danni all'azienda e agli equilibri familiari.

Crediamo quindi che sia importante che la associazione si adoperi perché questo processo possa avvenire con successo all'interno delle aziende.

Il progetto, seguito dal vicepresidente Simona Reschini, è già stato avviato attraverso due incontri formativi realizzati dalla SDA Bocconi: l'appuntamento introduttivo con il Professor Guido Corbetta, che ci ha parlato degli errori da evitare nel passaggio generazionale, ed il seminario del Prof. Visconti con il quale abbiamo discusso delle strategie delle imprese familiari. Per il 2013 sono già al vaglio altre iniziative volte a coinvolgere le nostre aziende familiari, con l'obiettivo non solo di trasmettere competenze e strumenti manageriali ma anche di stimolare il dialogo e la condivisione di valori all'interno delle famiglie azioniste. Digital economy, internazionalizzazione, leadership e

tecniche di negoziazione sono i probabili temi. La collaborazione continua con i Senior della nostra associazione ci porta in prima linea nell'attuazione del Progetto Scuola di Confindustria Macerata. Grazie al coordinamento del collega Luca Petteruti, delegato al Progetto Scuola, molti nostri associati sono stati coinvolti nelle giornate Orientagiovani, finalizzate alla diffusione della cultura d'impresa negli istituti superiori della nostra Provincia.

Dal 2013, su nostra proposta, le attività del progetto Scuola, tradizionalmente rivolte alle scuole superiori, saranno ampliate anche alle Università con momenti di confronto tra giovani imprenditori e studenti.

Consci dell'importanza della comunicazione e della padronanza dei nuovi strumenti e del networking nella nostra epoca, il nostro gruppo è attivo su Facebook e su Twitter.

Grazie al lavoro dei colleghi Nicoletta Del Vicario e Dimitri Ladikos, inoltre, sarà on-line tra pochi giorni il nuovo sito dei giovani di Confindustria Macerata all'indirizzo www.gimacerata.it che dovrà diventare una vetrina importante per far conoscere agli associati, alla stampa, e in generale a tutte le persone interessate le attività del nostro gruppo. Infine, ma certamente non in ordine d'importanza, un altro tema che riteniamo strategico, sul quale stiamo focalizzando l'attenzione e vorremmo confrontarci anche con i colleghi delle altre territoriali marchigiane, è quello del sostegno alla creazione e allo sviluppo di nuove imprese.

Crediamo infatti che questo tema svolga un ruolo essenziale per lo sviluppo e la crescita del nostro territorio.

Come giovani imprenditori, molti dei quali di prima generazione, ci sentiamo particolarmente interessati ad adoperarci perché la cultura di impresa possa avere la massima diffusione e perché le nuove imprese possano trovare terreno fertile nella nostra regione e crediamo che Confindustria ed in particolare il Gruppo Giovani Imprenditori debba diventare un punto di riferimento in grado di fornire strumenti concreti e supporto operativo a tutti i neo-imprenditori.





Un grande gioco di squadra

A sei mesi dall'elezione del Presidente del Gruppo Giovani Imprenditori di Confindustria Ascoli Piceno, Franco Bucciarelli, i cinque Gruppi di Lavoro appositamente costituiti, coordinati dai Vice Presidenti, Luca Antognozzi, Francesca Fioravanti, Yuri Gaspari, Matteo Meletti e dal Consigliere Laura Cellini - su specifica delega del Presidente - sono andati a regime e hanno visto coinvolti la maggior parte degli iscritti alla Territoriale di Ascoli Piceno. Questo il primo dato importante che sottolinea il neo eletto Presidente "quello che rappresento non è il Gruppo più numeroso ma sicuramente è uno di quelli in cui c'è più partecipazione attiva nei vari progetti che portiamo avanti. Cercare di coinvolgere il numero più ampio possibile di giovani, farli sentire parte attiva di un progetto di crescita, attribuendo specifici incarichi e responsabilizzando così ciascun Giovane Imprenditore interessato, è questo uno degli obiettivi che mi prefiggo".

Internazionalizzazione, scuola e università, marketing associativo, start up e formazione sono i temi portati avanti da ciascun Gruppi di Lavoro. Bucciarelli ha così commentato "gli ottimi risultati finora raggiunti sono dovuti principalmente al gioco di squadra, alla condivisione delle problematiche da dover affrontare e alla forte coesione per la risoluzione delle stesse".

Le idee progettuali in fase di realizzazione interessano 5 macroaree, di seguito riportate:

- Internazionalizzazione - E' in pro-



gramma per aprile 2013 un viaggio formativo in Silicon Valley, che prevede la realizzazione di specifici incontri con aziende leader nel settore high-tech, quali Google, HP, LinkedIn, Cisco, VmWare, di incontri con start-up (piccole aziende innovative) ed una visita guidata all'Università di Stanford. Per il Vice Presidente Antognozzi "La Silicon Valley è un catalizzatore di idee, dove tutto si sviluppa in maniera veloce ed incessante; il viaggio ha quindi l'obiettivo di vedere da vicino la realtà del maggior polo tecnologico ed industriale degli Stati Uniti, caratterizzato dal mix di culture e saperi diversi, in un'ottica di scambio e condivisione ad alto contenuto tecnologico, grazie alla quale sono nate le più grandi aziende a livello mondiale".

L'iniziativa ha raccolto un notevole successo dal momento che 18 giovani imprenditori hanno aderito e c'è interesse di formare un secondo gruppo, composto da giovani imprenditori marchigiani e non, da affiancare al primo gruppo.

- Formazione & Team building - Dai primi mesi del 2013 verrà avviato un percorso formativo, di durata triennale, rivolto ai Giovani Imprenditori sulle seguenti tematiche: le cosiddette soft-skills, strategiche per lo sviluppo/continuità dell'impresa e temi strettamente aziendali. Il percorso formativo è stato individuato dopo la somministrazione ai Giovani Imprenditori di un questionario per comprendere le specifiche esigenze di ognuno e poter così predisporre un prodotto mirato.

Sono previste inoltre attività di team building vere e proprie (team games, team experiences) con lo scopo di unire il gruppo e "familiarizzare" con i nuovi iscritti. Il Vice Presidente Meletti ha così commentato "in questi mesi, parallelamente all'organizzazione dei corsi di formazione, abbiamo promosso come Gruppo di Lavoro diverse attività di team building; attività che riscuotono grande successo, vista la nutrita partecipazione dei Giovani Imprenditori, poiché il Gruppo Giovani di Ascoli è carat-



dei social network, essendo stato istituito un gruppo chiuso su facebook, riservato esclusivamente ai membri del Gruppo Giovani di Ascoli Piceno, con la creazione della pagina ufficiale facebook e di un canale youtube dove caricare i video degli eventi realizzati o condividere video formativi. Su twitter sarà previsto l'utilizzo di un hashtag, appositamente dedicato al Gruppo Giovani di Ascoli.

- Università, Scuola & Istituzioni – È stato promosso un concorso “A SCUOLA DI TURISMO - Piceno 2.0: nuova frontiera per la promozione del territorio”, attraverso il quale si intendono sostenere iniziative innovative, presentate dai ragazzi del IV anno degli Istituti di Istruzione Secondaria di II grado della provincia di Ascoli Piceno, che siano in grado di contribuire alla conoscenza del Piceno ed alla sua promozione turistica, sfruttando i più moderni e multimediali linguaggi di comunicazione (es. Internet, social network, App, ecc.). Secondo il Consigliere Cellini “essere stati coinvolti dal Comune di Ascoli Piceno per promuovere in sinergia un Corso di Orientamento al Lavoro rivolto agli studenti del 5° anno degli Istituti Superiori, è segno di riconoscimento ed impegno nel portare avanti progetti a valore aggiunto per i giovani e per il territorio. Il corso vuole a fornire ai ragazzi informazioni utili per facilitare il loro ingresso nel mondo del lavoro ed una visione più ampia di quelle che sono le opportunità e le difficoltà che ciascuno potrà trovare lungo il proprio percorso professionale”.

terizzato da sempre, ma forse adesso più che mai, da uno straordinario rapporto di amicizia tra gli iscritti”.

- Yes Start Up – A seguito della delega avuta da Confindustria senior sulle start up, molte energie sono state dedicate all'attivazione di un portale dedicato agli startupper. In questi giorni avverrà il lancio del portale www.yestartup.it, per supportare in modo interattivo sia i giovani che vogliono tentare la via dell'imprenditoria sia i meno giovani che, dovendosi ricollocare, vogliono coltivare un'idea imprenditoriale. La diffusione del portale avverrà sia attraverso canali istituzionali (conferenza stampa, convegni ecc) sia attraverso attività virali ed una forte presenza sui social network. Il sito servirà per raccogliere progetti in fase di start up e per la realizzazione di un business speed date, che avrà lo scopo di fornire contatti, formazione/informazione e favorire l'incontro con potenziali finanziatori. Una parte del portale sarà inoltre dedicato all'internazionalizzazione, con l'intento di creare i canali giusti su determinati mercati. Molte sono state le collaborazioni avviate con Enti locali ed aziende al fine di ottenere un prodotto completo.

- Rapporti Interni & Marketing – L'obiettivo è di coinvolgere maggiormente i Giovani Imprenditori nelle varie attività promosse dal Gruppo attraverso la partecipazione al Premio Marketing Associativo 2013 promosso dai Giova-

ni Imprenditori di Confindustria, l'implementazione del progetto nazionale “Welcome Kit” e la programmazione di incontri presso le aziende con imprenditori di prima generazione o manager di imprese strutturate, abbinati a visite aziendali. Secondo il Vice Presidente Gaspari “la recente visita aziendale al Gruppo Borgioni è stata davvero interessante, avendo avuto la possibilità di toccare con mano una delle principali realtà industriali del nostro territorio, attraverso la testimonianza diretta di Maurizio Borgioni e la visita guidata del ciclo produttivo. A prescindere da quale sia la propria realtà aziendale, non si può non sentirsi ispirati e stimolati al termine di una simile esperienza”.

Inoltre, al fine di migliorare la comunicazione interna, è aumentato l'utilizzo



Quella voglia di osare e di intraprendere non deve mai venir meno

I punti chiave del programma dei Giovani Imprenditori di Fermo guidati da Cristiano Ferracuti sono: Formazione, Cultura d'impresa e personale, Internazionalizzazione ed Aggregazione. Tutto questo tradotto vuol dire Futuro.



Probabilmente siamo più propensi a fare piuttosto che a raccontare, ma quello che mi sento di dire di me e del mio Gruppo è che la voglia di crescere è sempre presente ed è sicuramente proprio la crescita personale e professionale che ci spinge ad attivarci non solo a livello territoriale ma anche regionale e nazionale.

I punti chiave del mio programma, condivisi da sempre con tutti i giovani di Fermo erano e sono: Formazione, Cultura d'impresa e personale, Internazionalizzazione ed Aggregazione, tutto questo tradotto vuol dire Futuro.

E ora... Formazione!

Questo è il nome del Main Project legato appunto alla Formazione che stiamo portando avanti da circa un anno che si concluderà nei primi mesi del 2013, questo percorso formativo è composto da una serie di seminari della durata di 8 ore circa, in cui abbiamo voluto metterci alla prova, confrontarci con noi stessi e con i nostri colleghi sempre accompagnati da un docente specializzato nel tema principale del corso, in modo da essere in grado di poter sfruttare al massimo le nostre potenzialità e riflettere maggiormente su molti nostri comportamenti all'interno dell'azienda e al di fuori, in ogni occasione in cui dobbiamo essere bravi ad improvvisare e a trovare velocemente soluzioni.

Prima tappa il Public Speaking! Sembra scontato? Parlate allo specchio e vi accorgete di come spesso non siamo come crediamo di essere ... incisivi, decisi e convicenti.

Linguaggio Commerciale: ci è sembrato obbligatorio acquisire nozioni tecniche, indispensabili nel mondo del lavoro dove oltre ad essere incisivi dobbiamo essere competenti.

Creatività e Problem Solving: è stato fantastico! Tutti i giorni siamo obbligati a risolvere velocemente i problemi in azienda ed allora perché non imparare a farlo in maniera creativa o per lo meno in maniera meno ripetitiva del solito e sicuramente più stimolante per i nostri collaboratori.

Leadership: il sogno di ognuno di noi! Sicuramente nessun corso potrà mai insegnarci ad esserlo ma essere stimolati a valorizzare le nostre potenzialità, questo era il nostro obiettivo.

Come gruppo crediamo molto nella formazione e siamo certi che investire in essa sia per noi e per le nostre aziende fondamentale.

Crescere non vuol dire certo solo confrontarsi esclusivamente con i propri colleghi ed allora quale migliore occasione per un confronto a 360 gradi se non quella di conoscere diverse e più strutturate realtà?

Ci siamo quindi diretti a Maranello destinazione Ferrari dove abbiamo osservato ed ascoltato come la professionalità, il Made in Italy e la competenza possono davvero mettere l'uomo al centro del Mondo.

Questo il "Progetto Uomo" di Luca Cordero di Montezemolo che abbiamo conosciuto all'interno degli stabilimenti Ferrari, l'eccellenza italiana, un mix unico di storia, passione e futuro.

In ogni nostro incontro che sia esso fatto in associazione o attraverso dei direttivi itineranti, che abbiamo istituito per conoscere meglio le nostre aziende e soprattutto di cosa si occupano le aziende dei nostri amici, abbiamo sempre condiviso ideali e progetti, spesso volti verso paesi anche al di fuori dell'Italia.

Siamo tutt'ora in contatto ad esempio con l'ambasciatore italiano a Montecarlo e vorremmo cercare di creare un giovane ponte economico-commerciale tra l'Italia e il Principato di Monaco in maniera da rendere concretamente possibile il contatto tra aziende diverse, di nazionalità diverse e poter sfruttare al massimo le opportunità di business che si potrebbero creare.

Per fare tutto questo c'è sicuramente bisogno di "fare aggregazione", frase scontata ma dal profondo senso pratico. E' indispensabile istituire momenti anche di convivialità per far sì che la passione per il nostro lavoro, che l'amore per i propri prodotti diventi un minimo comun denominatore.

E' anche attraverso questi momenti sicuramente più ludici come ad esempio le varie cene di Gala del pre-Convegno Nazionale di Capri o di Santa Margherita ai quali incontri di portata nazionale il mio gruppo ha sempre partecipato, che il confronto e la conoscenza di altri giovani come noi possa stimolarci quella voglia di osare e di intraprendere che mai deve venir meno.

Credo davvero che essere un giovane imprenditore oggi non sia così facile ma sono propabilmente le sfide più difficili che ci stimolano e ci ispirano di più ed allora perché non provarci?

Ragazzi, vietato mollare!

Noi siamo il nostro Futuro!!! Fermo ci crede e devi farlo anche tu...

In bocca al lupo a tutti i Giovani e un grazie ai Senior che continuano a sostenerci...



Fotocronaca



Fotocronaca



Fotocronaca





IL CLIENTE, IL CENTRO DELLA NOSTRA ATTIVITÀ.

BP&A

BERNARDINI POSTACCHINI & ASSOCIATI
FINANCE & BUSINESS CONSULTING

Via Bellesti, 66
63023 FERMO
Tel. 0734.281411
Fax 0734.225271

www.bpeassociati.it
studiofm@bpeassociati.it

 **Equity Markets**
Borsa Italiana PARTNER



Studio di
consulenza
aziendale
societaria
tributaria
e del lavoro

Ancona
Civitanova Marche
Fermo
Passo S.Ginesio
Porto S.Giorgio
Servigliano



BUFARINI[®]
servizi ambientali

**TUTTA LA
NOSTRA
ESPERIENZA
E PASSIONE,
PER CREARE
LA GIUSTA
SOLUZIONE
PER UNO
SVILUPPO
SOSTENIBILE**



**PULIZIA FOSSE BIOLOGICHE E FOGNATURE
BONIFICA SERBATOI DI COMBUSTIBILE
TRASPORTI NORMATIVA ADR
NOLEGGIO CASSONI SCARRABILI
TRASPORTO E STOCCAGGIO RIFIUTI SPECIALI
GESTIONE E CONSULENZA PER TRATTAMENTO
DEI RIFIUTI SPECIALI E PERICOLOSI
ED INDUSTRIALI**

Sede Amministrativa

Falconara M.ma [An] Via Canonico, 7
T. 071.9173596 F. 071.9160908

Sede Operativa

Falconara M.ma [An]
Via Saline, 22 Loc. Castelferretti
T. e F. 071.918354 info@bufarini.it

WWW.BUFARINI.IT

