

L'EQUAZIONE VINCENTE

di Paolo Bastianello, Vice Presidente Piccola Industria Confindustria



Sino a qualche anno, prima che scoppiasse la crisi, la mia attività all'interno dell'azienda era prevalentemente di carattere gestionale: amministrazione, finanza, personale, rapporti istituzionali, anche perché il mio socio ricopriva le aree commerciali e di prodotto. Prima. Perché poi la necessità di accelerare al massimo l'individuazione di nuovi mercati; l'incarico affidatomi dal presidente di Sistema Moda Italia

Michele Tronconi, di portare all'estero le aziende del settore, in particolare pmi; la collaborazione con il vice presidente di Confindustria per l'internazionalizzazione Paolo Zegna, mi hanno obbligato a riprendere la valigia e girare il mondo.

Questa nuova esperienza, unita alla mia lunga attività nel settore education di Confindustria, mi ha portato a concludere che internazionalizzazione+formazione=futuro.

Le missioni in Cina, Russia, Brasile, Kazakistan, Turchia, Georgia, Arabia, Emirati, Corea del Sud, Lettonia, Lituania, Estonia, Polonia etc. mi han-

no fatto capire quanto lo stile italiano sia apprezzato, invidiato e, sempre di più, acquistato nel mondo.

E quando parlo di stile italiano, non penso solo alla moda, ma all'arredamento, alle eccellenze dell'alimentare, compreso l'importante settore vinicolo, agli occhiali, alle scarpe, alle borse, all'oreficeria, alla cosmesi, alle elevate sofisticazioni dei macchinari per produrre utensili, senza dimenticare l'enorme patrimonio artistico italiano, la nostra cordialità, raffinatezza, simpatia.

Mi sono infatti convinto – anche se qualcuno storcerà il naso – che non è il made in Italy il nostro brand più forte, ma il progetto, lo stile, il modo di vivere e quant'altro sia la forza del marchio Italia.

Domanda: come facciamo a restare sempre competitivi?

Risposta: sulla carta, quasi scontata. Investendo su un mix di intelligenze e competenze, sia tecnologiche sia umanistiche.

Ho un sogno: portarmi in valigia tutta la scuola italiana dalle elementari alle università, e insieme girare il mondo, conoscere i diversi popoli, le loro abitudini, capire la loro mentalità, i loro percorsi formativi, la loro storia. In questo modo i nostri ragazzi, i nostri giovani potrebbero comprendere a fondo e velocemente tutte le sfumature di realtà con cui dovranno confrontare il proprio mondo.

La mia esperienza all'estero, unita a una lunga attività nel settore education di Confindustria, mi ha portato a concludere che internazionalizzazione+formazione = futuro

Potremmo così creare un rapporto strettissimo tra scuola e mondo produttivo, senza pregiudizi e autoreferenzialità.

Noi imprese manifatturiere abbiamo bisogno di giovani preparati e consapevoli che la competitività dei mercati aumenta e cambia in continuazione per la presenza di nuovi soggetti. Dieci anni fa la Cina era vista solo come una minaccia, oggi per diversi comparti industriali italiani rappresenta l'ancora di salvataggio.

I percorsi formativi del nostro sistema di istruzione e formazione devono tener conto di questi possibili e repentini cambiamenti di scenario. Ad esempio, l'inglese dovrebbe "provocatoriamente" diventare lingua madre e le nostre università dovrebbero aumentare il numero di studenti e di docenti stranieri.

Un altro esempio. A fine 2010 Confindustria ha organizzato una missione di sistema a Riad, Dubai e Abu Dhabi. Ebbene, a Riad i responsabili di molti centri commerciali sono libanesi, con un unico riferimento per i loro acquisti moda: Parigi.



Paolo Bastianello

Perché?

Perché a Riad esistono due scuole di design entrambe francesi.

È logico che sia spontaneo rivolgersi al paese da cui, non solo si è imparato la lingua, ma si è ricevuta la propria istruzione e formazione.

Noi, al contrario, non siamo capaci di "vendere" formazione e non riusciamo ad aprire un redditizio mercato quale quello di "insegnare" i valori aggiunti dei nostri prodotti.

Insegnare vuol dire avere una strategia promozionale di lungo respiro, risorse economiche adeguate e ben indirizzate.

Le nostre scuole secondarie, in primis gli istituti tecnici, le nostre università sia pubbliche che private, dovrebbero partecipare attivamente insieme alle imprese alle missioni di sistema all'estero sia per aggiornare i propri corsi formativi, sia per vendere le proprie enormi competenze, prima che altri paesi occupino tutti gli spazi disponibili.

Sono altrettante considerazioni che dovrebbero far riflettere sulla necessità di realizzare in Italia pochi, ma eccellenti centri di formazione a 360°, in tutti i settori merceologici richiesti dai mercati.

In questo modo troverebbe soluzione l'equazione: internazionalizzazione+formazione=futuro.

Che è poi il futuro dei nostri giovani, dei nostri figli, il domani della nostra amatissima Italia. ■