

Data Stampa 8865-Data Stampa 8865



IL DIBATTITO

Data Stampa 8865-Data Stampa 8865

Reinventarsi, così le aziende fanno crescere il business

→ a pagina 5

Aziende che sanno reinventarsi più sostenibilità e piani innovativi

I due panel mettono al centro le strategie di crescita, ma anche la capacità di scommettere su idee forti. Formazione, gli imprenditori dialogano con gli studenti: "Rafforzare gli stage"

Alberti, Costa Crociere
"Qui abbiamo la nostra sede
in Liguria le nostre radici
ed esportiamo nel mondo
un'eccellenza italiana"

Il termine capitale umano
non mi piace, preferisco
parlare di persone
da formare, valorizzare
e favorire nel loro
inserimento nel lavoro

Un'economia che tiene il passo, consolida la propria struttura finanziaria e accumula una «capacità di fuoco notevole», ma che si trova ora davanti a un bivio cruciale: superare il dogma del «piccolo è bello» e investire la liquidità. «Emerge un quadro dove si deve crescere – spiega Alberto Quagli, docente di Economia Aziendale – anche perché con la crescita dimensionale delle aziende si migliora tutto: la managerialità, la capacità di assumere persone valide, e di retribuirle bene. E anche di favorire aggregazioni: bisogna crescere perché altrimenti, in un mondo di gigantismo industriale, gli altri crescono per noi». Sono stati questi i numeri che hanno guidato il dibattito che ha concluso «Road to Top 500 Liguria» con un evento, moderato dal vicecaporedattore di Repubblica, Massimo Minella, a bordo di Costa Toscana, alla Stazione Marittima di Genova. «Questo per noi è un momento significativo – ha spiegato Roberto Alberti, Senior Vice President di Costa Crociere – a Genova abbiamo la nostra sede, in Liguria le nostre radici e ormai sono quasi 80 anni che

esportiamo nel mondo un'eccellenza italiana, fondata su innovazione, ospitalità e vocazione internazionale. Ospitare Top Liguria 500 conferma il legame solido che esiste tra Costa e questo territorio e il suo sistema economico, e ribadisce anche il ruolo strategico della Blue Economy per il nostro Paese, ma soprattutto per la nostra per la nostra regione». L'evento, quindi, è stato occasione per riflettere su alcuni dei temi caldi per le imprese, a partire dal concetto di «reinvention», che è stato al centro del primo panel. «Noi abbiamo coniato da non molto questo termine – ha spiegato Andrea Manchelli, partner PwC – reinventarsi significa rispondere a se stessi «in che settore opero?» Vuol dire: abbandonare il paradigma del proprio settore, e spostarsi verso il bisogno dei miei clienti». Una «reinvention che è stata ben interpretata dalle aziende che hanno partecipato al dibattito. «Italmatch sta lavorando da diversi anni per adeguarsi alla velocità dei cambiamenti detti che stanno avvenendo nel mondo a livello tecnologico – ha spiegato Sergio Torio,

ceo di Italmatch Chemicals – e mi riferisco alla elettrificazione, elettro-nificazione, alle rinnovabili. Noi abbiamo avviato un processo di reinvention mantenendo i nostri core business». «Noi siamo geneticamente sostenibili, nel senso che noi abbiamo solo la valorizzazione come core business, – ha ricordato Massimiliano Bianco, ceo e general manager del gruppo ReLife – il nostro obiettivo oggi, per guardare al futuro, è far emergere in pieno il valore della nostra unicità su un ciclo che va dal rifiuto valorizzabile al prodotto finito». «Per noi reinvention è aver fatto nel 2021, subito dopo il Covid – ricorda Costanza Musso, ad di Grendi Holding Società Benefit – la scelta di diventare società benefit, e



quindi, di capire che per fare azienda oggi devi avere a bordo tutti quelli che chiamiamo stakeholders». «Il reinventarsi, per noi, per esempio – ha concluso Beppe Costa, presidente e ad di Costa Edutainment – è stat il modo di catturare il cliente, e di dare ai clienti quello che vogliono, utilizzando tecnologie di profilazione totalmente diverse, come l'intelligenza artificiale, che ci sta aiutando tantissimo».

Il secondo panel: «La Liguria del Futuro: Capitale Umano, Competenze e Nuove Generazioni», ha invece evidenziato come la competitività si giochi ormai sulle human skills, sulla gestione del mismatch occupazionale e sulla ritenzione dei talenti in un contesto segnato dalla crisi demografica. «Il capitale umano è la vera risorsa chiave su cui si gioca la competitività – ha ricordato Daniele Magnoni, Partner PwC Italia – ben oltre la tecnologia. In Liguria affrontiamo tre sfide cruciali: il mismatch delle competenze, la crisi motivazionale e la ritenzione dei talenti in piena crisi demografica. Ai giovani dico di investire sulle hard skill non per il titolo in sé, ma perché dimostrano a chi vi guarda come sapete affrontare una sfida. Ma la vera differenza la faranno le human skills: la cultura del cambiamento, l'intelligenza emotiva nel fare squadra e la capacità di comunicare. Se farete un lavoro che vi piace davvero, la crisi motivazionale svanirà». – F.C.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Il panel con le imprese con Massimiliano Bianco, Sergio Iorio, Costanza Musso, Beppe Costa e Andrea Manchelli



Alberto Quagli, ordinario di Economia aziendale di Unige