

comunicato stampa

Il valore del singolo

Rimini, 24 agosto 2022 – Innovazione tecnologica, realtà virtuali e intelligenze artificiali, bilanci e performance da rispettare. Ma poi, come sempre, ciò che fa la differenza è l'uomo, la sua originalità e la cifra irripetibile della sua libertà.

Al XLIII Meeting di Rimini, all'interno dell'incontro "Il valore del singolo nel mondo del lavoro: utopia o realtà?", l'interrogativo circa la possibilità di una passione per l'uomo anche dentro il mondo del lavoro ha ricevuto una risposta positiva. E non perché la passione per l'uomo sia un benefit che possa essere concesso o revocato, ma perché il valore della persona è alla base di ogni lavoro e di ogni impresa.

Chiara Brughera, managing director Shetech, Empowering women in tech, realtà che si pone l'obiettivo di colmare il divario di genere nel mondo del lavoro e soprattutto la sottorappresentazione delle donne nel mondo del tech, ha reclamato la centralità delle soft skills: «Oltre alla formazione tecnica», ha ricordato, «facciamo corsi di formazione su competenze trasversali come il parlare in pubblico, la leadership e il social branding». Ma manca ben altro: «Servono modelli di donne che lavorano nel settore tecnologico e che possano raccontare le loro esperienze. Cruciale l'attività di networking e testimonianza». Ma deve iniziare prestissimo: «Bisogna lavorare per avvicinare le ragazze alle facoltà STEM, perché non sono solo valori da maschi». Si tratta di un impegno importante per le donne, ma anche per il tessuto economico: «L'inclusione garantisce migliori performance. Team diversi sono in media più competenti e creano più valore». E tra questa "diversità", non c'è diversità più preziosa di conciliare il lavoro con l'essere mamma e papà: «Diventare genitori permette di arricchire soft skills che le aziende cercano, come il problem solving e la capacità di leadership».

Anna Mareschi Danieli, vice chairwoman ABS Acciaierie Bertoli Safau S.p.A., ha invece raccontato ciò che la sua azienda ha costruito: un polo scolastico paritario per sostenere i lavoratori, ma anche il territorio e un sistema di formazione generale. Non uno sfizio, ma una necessità. «Oltre al clima ci sono problematiche altrettanto gravi», ha denunciato Mareschi Danieli, «in primis la crisi demografica». Una crisi demografica che diminuisce il numero di giovani e dunque di potenziali lavoratori. E chi c'è, spesso non è formato a sufficienza: «Le persone di cui hanno bisogno le imprese non ci sono sul mercato, né per quantità né per qualità. Per questo le imprese corrono ai ripari colmando questo gap da sole». Ci sono però dei caveat: «Così le imprese portano l'innovazione ai giovani, ma è una cosa sbagliata. Dovrebbero essere i giovani, formati dal sistema scolastico, a portare l'innovazione in azienda. Così nasce l'innovazione vera». E anche il cosiddetto "welfare aziendale" non è che «la necessità dell'azienda privata di colmare ciò che il sistema Paese non sostiene, colmando quel gap che ci rende diversi dal resto del mondo». Sostegno alla natalità, dunque, ma anche al ruolo sociale delle madri e dei genitori: «Dobbiamo spiegare ai nostri figli», ha aggiunto Mareschi Danieli, «che serve coraggio, che fare impresa non è mai stato facile. Ci vuole spirito di sacrificio».

Infine Giacomo Frigerio, fondatore di Blossom *We Fight for Beauty*, ha ricordato come alla fine il fattore che fa la differenza sia sempre quello umano: «Cercare la bellezza ci ha sempre educato. Eravamo in due, oggi siamo in 70, ma questo posto lo costruiamo con le persone che incontriamo». Ogni collaboratore un incontro con una prospettiva diversa, attraverso la quale «fare ipotesi insieme». Insomma, nessuna mitologia del fondatore: «Non basta una grande idea per fare un'azienda. Le grandi idee aiutano a tracciare la strada, ma per me la strada la traccia un metodo: stare insieme e costruire. Per questo, tutto l'utile di fine anno è sempre reinvestito sull'azienda». Frigerio racconta come la sede – una vecchia fabbrica della Pirelli dove prima «c'erano dei cinesi che cucivano» – con la pandemia abbia raddoppiato gli spazi, mentre tutti optavano per lo smart working: «Abbiamo investito su una chef, c'è un nutrizionista, abbiamo uno psicologo che fa anche boxe, con cui allenarsi o con il quale camminare. Ho capito che se volevamo crescere dovevo assumere solo persone più brave di me, metterle nelle migliori condizioni e fare 600 passi indietro».

L'incontro si è chiuso con alcuni consigli per chi cerca lavoro e per questo si propone alle aziende. Il più stringato viene da Anna Mareschi Danieli: «Se al colloquio ti presenti senza la mamma, è meglio».

(A.C.)

Fondazione Meeting per l'amicizia fra i popoli

via Flaminia, 18/20 – 47923 Rimini | tel. +39 0541 783100

meeting@meetingrimini.org www.meetingrimini.org

Ufficio stampa Meeting di Rimini

Eugenio Andreatta

Responsabile Comunicazione e Portavoce

+39 0541 1832516 +39 329 9540695

eugenio.andreatta@meetingrimini.org

Ufficio stampa Comin & Partners

Federico Fabretti

Partner Media Relations

+39 06 90255555 +39 335 753 4768

federico.fabretti@cominandpartners.com

Anja Zanetti

Senior Media Relations Consultant

+39 06 90255553 +39 342 8443819

anja.zanetti@cominandpartners.com

Giorgia Bazurli

Media Relations Manager

+39 06 90255553 +39 349 2840676

giorgia.bazurli@cominandpartners.com