

News - 01/02/2021

"Caro 2021": la visione del futuro secondo il Gruppo Giovani Imprenditori

I dieci fattori fondamentali per il Biellese, per affrontare al meglio il 2021



Christian Zegna, presidente Gruppo Giovani Imprenditori Unione Industriale Biellese

Caro 2021,

Nonostante l'anno appena trascorso, noi del **GGI Biella** vogliamo provare a costruire un futuro prossimo positivo e migliore rispetto al passato, consci delle nuove condizioni in cui ci troviamo ad operare e consapevoli che determinate cose non torneranno più "come una volta".

Il 2020 ci ha messo davvero del suo per farci evolvere cercando soluzioni nuove a problemi difficilmente prevedibili, per metterci alla prova sotto stress. Gran bella palestra.

Sappi, in primis, che non sei tenuto a fare lo stesso. Abbiamo ampiamente dato.

Vogliamo provare a dare una chiave di lettura positiva anche alla convinzione che non torneremo semplicemente a come eravamo "prima", adottando invece un nuovo approccio caratterizzato da **sostenibilità**, **equità** ed una maggiore **consapevolezza** circa il nostro ruolo, come Giovani e come Imprenditori, nel tessuto socio-economico globale.

Per questo e mille altri motivi, vogliamo affrontare i prossimi mesi indicando 10 fattori che riteniamo fondamentali per il nostro Biellese, al fine di cavalcare al meglio le opportunità che tu, 2021, porterai con te.

1) Puntare su un tessile rivolto sempre più a tessuti di iper qualità, all'innovazione ed alla sostenibilità

Ogni settore ed ogni prodotto ha un proprio ciclo di vita. La produzione di tessuti "classici" da abbigliamento formale oggi sta vivendo una congiuntura calante. Esistono però, altri **interi spazi ancora da esplorare**, nuovi tessuti pensati per nuovi consumatori, che hanno nuove abitudini e nuovi stili di vita. Rimarrà un punto fermo: saranno sempre prodotti di **qualità altissima** e superiore alla media mondiale ed avranno particolari caratteristiche di innovazione e sostenibilità.

Le persone che acquistano, non sono solo "consumatori" del bene che hanno acquistato, ma "proprietari" del bene stesso. Dobbiamo essere alfieri di questo cambio di mentalità: passare dal concetto di consumo a quello di **desiderio**, che porta a possedere un determinato bene perché si crede nel suo valore più ampio.

2) Investire su turismo di nicchia, enogastronomico e sport per famiglie

Il nostro territorio è bello. Ce ne stiamo accorgendo giorno dopo giorno. Ce ne siamo accorti quando, pur restando nei nostri comuni ed in linea con le norme anti covid, abbiamo riscoperto boschi e sentieri da percorrere, passeggiate e sentieri magnifici. Oltre al nostro patrimonio naturalistico, abbiamo una grande storia di eccellenza in campo creativo ed industriale, valori che ci hanno portati al riconoscimento **UNESCO**.

Su Instagram ci sono quasi 100.000 post con l'hashtag **#innamoratidelbiellese**.

Crediamoci, diventiamo consapevoli della nostra bellezza. Noi siamo sicuri che tra 5 anni le persone sceglieranno Biella

per concedersi un week end fuori porta.

Dobbiamo imparare a sfruttare al meglio le nostre peculiarità nascoste ed a mettere a sistema le nostre eccellenze per creare un prodotto turistico integrato, capace di attirare l'attenzione dei viaggiatori.

Ci sono soggetti pubblici e privati - citiamo su tutti ATL, partecipata dai Comuni del territorio, e Fondazione Bellezza - che stanno fortemente credendo nelle potenzialità attrattive del Biellese e che stanno investendo come mai era stato fatto sul territorio.

3) Rafforzare l'intera filiera, a partire dai brand B2B che abbiano la forza e la volontà di comunicare direttamente al consumatore finale

La nostra filiera tessile, dai filati ai tessuti, un'unicità per cui siamo riconosciuti in tutto il mondo, non ha mai avuto la necessità di comunicare al cliente finale perché ci hanno sempre pensato i brand di prodotto finito.

Oggi crediamo invece che sia fondamentale che anche le imprese B2B si rivolgano direttamente al mondo e, per farlo, un veicolo importante risultano i brand locali su cui è importante credere ed investire.

4) Guardare con attenzione al Fintech

Abbiamo a Biella l'eccellenza italiana in questo campo.

Se Banca Sella è la punta di diamante della piramide, il nostro auspicio è che in questo territorio si possa creare anche una solida base, partendo dalla formazione inerente a questo ambito.

Quello Fintech è un **mercato in forte crescita** e lo sarà senza dubbio anche in un futuro prossimo.

5) Progettare percorsi formativi brevi e iper specializzati

Il prossimo futuro apparterrà alle persone creative che hanno la capacità di acquisire più conoscenze possibili, metabolizzarle e creare soluzioni ex-novo.

Nell'immediato futuro, crediamo invece che servano **competenze iper-specializzate** affinché il settore produttivo possa inserire velocemente ed efficacemente figure in grado calarsi nelle proprie mansioni lavorative in brevissimo tempo.

Formazione verticale, specifica, pratica e che permetta alle persone di entrare subito nel mercato del lavoro.

6) Fare largo ai giovani, anche nelle scelte strategiche

Siamo di parte, è vero, ma in un mondo così liquido, volatile ed in continuo cambiamento, dove le differenze intergenerazionali sono sempre più accentuate, crediamo sia fondamentale **dare fiducia ai giovani**, responsabilizzarli, metterli alla prova coinvolgendoli in prima persona nelle scelte strategiche aziendali ed amministrative. Una visione diversa, la loro, ma fondamentale al fine di mettere a punto strategie di lungo periodo a beneficio, anche, delle generazioni future.

Al contempo, i giovani devono essere pronti a scendere in campo con un approccio umile ma determinato, senza avere timore di prendersi responsabilità, ma prestando grande attenzione alla loro preparazione. Infatti, è indispensabile **coltivare una propria visione**, affinarla attraverso un processo continuo di condivisione e confronto e, infine, tradurla in strategie ed azioni concrete!

Così possiamo riappropriarci dei **valori fondanti** dello sviluppo sociale, ambientale ed economico del Biellese: la lungimiranza degli obiettivi, la dedizione, la pazienza e lo spirito di sacrificio per raggiungerli, il rispetto per il territorio.

7) Incentivare il welfare generativo

Ci sono intere fasce della popolazione che necessitano ancora di un supporto per poter vivere dignitosamente. L'obiettivo è quello di riuscire a supportare tali categorie, senza cadere nell'assistenzialismo, ma incentivando sempre di più pratiche di welfare generativo in cui chi riceve qualcosa, deve essere stimolato a fornire a propria volta un servizio alla comunità.

Noi imprenditori, per primi, dovremo avere sempre in mente che uno degli scopi delle nostre aziende è quello di **generare benessere sul territorio**.

8) Accelerare l'inclusione digitale delle valli affinché anche la provincia diventi centro

In questo periodo di lockdown a fasi alterne, lo si è sentito dire più volte: "Certo che, con il lavoro da remoto, il Biellese sarebbe perfetto per chi vive nei grossi centri urbani e non ama più quel tipo di vita lì". A corroborare questa tesi c'è stato l'aumento dei prezzi delle case con giardino in quasi tutte le province italiane. Ma c'è un grosso limite ancora da superare.

Dobbiamo investire subito sulle **infrastrutture digitali** e sulla riduzione dell'**analfabetismo digitale**, soprattutto in un territorio come il nostro. Apriamoci alla tecnologia **5G**, adottiamola e connettiamo ogni abitazione e ogni luogo di lavoro sul nostro territorio.

9) Stimolare la creazione di reti di impresa

Il tessuto imprenditoriale italiano - costituito principalmente da piccole e medie imprese (PMI) che rappresentano oggi il **92%** delle imprese attive in Italia - sul mercato globale si trova a competere con grandi gruppi imprenditoriali, orientati alla produzione in serie ed allo sfruttamento di economie di scala difficilmente ottenibili dalle PMI.

Tuttavia non riteniamo che strategie di M&A possano essere molto efficaci in un tessuto imprenditoriale come il nostro, in

quanto potrebbero far perdere in **flessibilità** e **snellezza** alle nostre imprese, limitandone la creatività.

Uno strumento idoneo per raggiungere **l'efficienza e la qualità dei processi**, tipica delle imprese fortemente strutturate, senza compromettere la capacità di adattamento e la grande attenzione verso le esigenze del cliente, tipica delle PMI, è rappresentato dalla rete di impresa, caratterizzata da sinergie solide per relazione ed interesse.

10) Mettere al centro della crescita dell'impresa la Corporate social responsibility

Non solo fatturato. Se la sostenibilità economica deve essere il driver fondante di ogni impresa, non possiamo più permettere che la crescita economica sia l'unico valore fondamentale della crescita dell'impresa.

Impatto sociale, sostenibilità, soddisfazione del personale, esternalità positive sono tutti fattori che auspichiamo possano diventare driver fondamentali di ogni singola azienda del territorio.

In altre parole, auspichiamo la volontà di essere all'avanguardia dal punto di vista della sostenibilità economica, ambiente e sociale.

Oggi abbiamo parlato di principi, è vero, e non di azioni concrete: ma è anche vero che, da persone d'azienda, sappiamo che è partendo dalle idee migliori e da una strategia condivisa che possono nascere i risultati più significativi.

Nella convinzione che il 2020 non possa essere un alibi per smettere di credere e costruire un Biellese migliore, abbiamo scelto di parlare della **visione** e dei **principi** in cui crediamo, per non arrenderci e, anzi, lavorare fin da subito con obiettivi precisi per il 2021.

Il Gruppo Giovani Imprenditori dell'Unione Industriale Biellese

Sito di provenienza: Unione Industriale Biellese - <https://www.ui.biella.it>