



L'EDITORIALE

LE IMPRESE HANNO
BISOGNO DEI GIOVANI
PER POTER CRESCEREdi **ANDREA DELL'ORTO***

Tra le priorità di questo nuovo anno vorrei che ci fosse il futuro dei nostri giovani. Nella ripresa, seppur lenta che il nostro Paese sta vivendo, i dati sull'occupazione giovanile mostrano che l'Italia resta il fanalino di coda se confrontata con il resto d'Europa. Il tasso di occupazione dei giovani tra i 15 e i 24 anni è, secondo i dati forniti da Eurostat, del 15,1%, decisamente basso rispetto alla Germania (48,8%) e alla Francia (43,8%). Certamente le cause del fenomeno che riguarda i giovani e il mondo del lavoro variano da un Paese all'altro, ma per tutti l'obiettivo dovrebbe essere quello rafforzare il collegamento tra scuola e impresa. In un'economia globalizzata e basata sulla conoscenza, è necessario per le imprese disporre di una forza lavoro qualificata per poter competere in termini di qualità, produttività favorendo l'innovazione e la crescita. Lo sviluppo di un'impresa passa anche dallo scambio reciproco tra le competenze ad alto valore aggiunto della forza lavoro e le professionalità dell'impresa nel modificare processi e modalità di lavoro. L'integrazione di nuove competenze nelle nostre imprese è necessaria non solo per produrre, ma anche per rispondere in modo efficace alla competizione che sta cambiando. Sono necessari non solo un importante aggiornamento delle competenze dei lavoratori e l'introduzione ampia e diffusa di attività di formazione permanente, ma anche un forte investimento nella specializzazione in chiave innovativa, declinando la formazione tecnica e professionale all'interno delle nuove esigenze del mondo produttivo. Attualmente la domanda occupazionale si concentra nell'innovation/change management, nel data management, nel mondo del digitale e, in particolare nel 3D design e nell'additive manufacturing. E' questo il contesto per rendere più attraenti agli occhi dei giovani i percorsi di formazione tecnica, trasmettendo allo stesso tempo una nuova immagine della fabbrica, superando gli stereotipi tradizionali. Le imprese, in particolare, devono saper trasmettere i valori fondanti. L'impresa è un bene comune e svolge un ruolo sociale, per questo deve saper far superare le perplessità che frenano i giovani a cercare un impiego e un percorso di sviluppo professionale in imprese di medie e piccole dimensioni operanti anche in settori tradizionali. Comunicare come le possibilità connesse a una formazione aggiornata e innovativa diano maggiori opportunità di impiego e favoriscano lavori altamente qualificati e specializzati anche in settori tradizionali. Questo obiettivo può essere raggiunto attraverso un'ampia azione di informazione esterna che veda coinvolti tutti gli attori territoriali, dalle imprese, all'università, alle parti sociali, alle istituzioni locali.

(*Vice presidente Assolombarda Confindustria Milano Monza e Brianza -
Presidente Presidio ter. Monza e Brianza

