

GRUPPO GIOVANI

**CANDIDATURA ALLA
PRESIDENZA PER IL
TRIENNIO 2012-2015**

DICHIARAZIONE PROGRAMMATICA

- Il triennio che ci aspetta comincia in uno scenario decisamente particolare. Stiamo attraversando una fase di crisi profonda che ormai dura dal 2007 e della quale non riusciamo a vedere la fine.
- Il perdurare di un momento così difficile e così generalizzato in tutti i settori dell'economia ha generato un forte sentimento di sfiducia. Negli imprenditori che hanno ormai esaurito tutte le riserve accumulate e che vedono umiliati da una stretta del credito spietata tutti i loro sforzi per sopravvivere, ma anche nei consumatori che faticano a poter fare previsioni su un futuro difficile da interpretare.
- In fasi come queste emerge spesso un disamoramento per tutto quanto non sia strettamente collegato al proprio business e vengono eliminate tutte le attività collaterali nella convinzione che ogni attimo del proprio tempo debba essere dedicato alla vita dell'azienda. È proprio adesso invece che dobbiamo moltiplicare i nostri sforzi per far sì che gli imprenditori, senior o giovani che siano, capiscano quanto sia importante affiancare gli sforzi personali a quelli collettivi di un'associazione di categoria come la nostra.

D P
I R
C O
H G
I R
A A
R M
A M
Z A
I T
O I
N C
E A

■ Credo infatti che fare associazione sia utile nei momenti in cui il mercato è fiorente ma sia invece indispensabile quando la congiuntura è profondamente negativa. È proprio in questi momenti che deve emergere l'importanza dell'affrontare i problemi congiuntamente e del valutare le soluzioni possibili insieme facendo sentire tutto il peso che il nostro settore ha per il rilancio del Paese.

■ Insieme alla mia squadra abbiamo pensato di focalizzare il nostro mandato su pochi punti con la convinzione che siano improcrastinabili per importanza e urgenza.

■ Vorremo infatti concentrarci su :

- **COMUNICAZIONE**
- **FORMAZIONE**
- **INTERNAZIONALIZZAZIONE**

D P
I R
C O
H G
I R
A A
R M
A M
Z A
I T
O I
N C
E A

COMUNICAZIONE

- E' importante attivarla e implementarla nei due sensi. Verso l'interno e verso l'esterno. Su quest'ultima si è molto lavorato e grandi passi in avanti sono stati compiuti. La sensazione sgradevole di non essere conosciuti dai media sta affievolendosi grazie al concreto lavoro fatto dalla passata presidenza. Abbiamo ancora da investire tempo e risorse per consolidare la posizione raggiunta e ci impegneremo ad accogliere ogni invito che ci permetterà di divulgare gli obiettivi per cui ANCE si batte e per ribadire chi siamo.
- È però necessario altrettanto lavoro per consolidare i canali di comunicazione interna. Nella sede nazionale di Roma e sul territorio viene svolta una costante opera di approfondimento, ricerca e dialogo con la Pubblica Amministrazione ma troppo spesso non ne diamo giusta pubblicità. È necessario che tutti i Giovani che frequentano sia il Consiglio Nazionale che il Consiglio Centrale siano al corrente dell'attività svolta dall'Esecutivo senior e dalle commissioni referenti e si facciano carico di trasmettere le informazioni ricevute alle rispettive territoriali.

D P
I R
C O
H G
I R
A A
R M
A M
Z A
I T
O I
N C
E A

- I nostri rappresentanti, coordinati dai vice presidenti, che vorranno assumersi il compito di essere permanentemente invitati in tali commissioni avranno il dovere di descrivere mensilmente a tutti i loro colleghi il lavoro svolto e raccogliere le istanze che potranno pervenire dal nostro tavolo per veicularle agli organi competenti di ANCE.
- Tale attività ha duplice scopo: da un lato permette a tutti i Giovani di essere costantemente informati su un'attività spesso oscura che è però fondamentale per tutte le nostre aziende, dall'altro consente ai senior di avere suggerimenti e un costante lavoro di ricerca e stimolo da parte di un gruppo fresco, dinamico e propositivo.
- Per tutte le altre informazioni da e per il territorio dovremo sfruttare in modo sistematico il sito dedicato ai Giovani all'interno del nuovo portale ANCE. Affinché venga costantemente aggiornato nei contenuti, la squadra di presidenza, coadiuvata da chi ne desse disponibilità, dovrà lavorare come un vero comitato di redazione per far sì che il sito diventi sia la nostra Community che una vetrina verso l'esterno.
- Crediamo che un vero lavoro di squadra sia l'unico in grado di portare risultati.

D P
I R
C O
H G
I R
A A
R M
A M
Z A
I T
O I
N C
E A

FORMAZIONE

- E' questa forse la più importante attività che un Gruppo giovani deve curare. Da qui si deve cominciare per far capire ai nuovi iscritti la natura dell'associazione in modo che possano coinvolgere sempre più giovani imprenditori ad affacciarsi al nostro mondo.
- La formazione può essere declinata in molti modi e cercheremo di svilupparli tutti per quanto possibile.
- È importante essere costantemente informati, come dicevamo nel punto precedente, sull'evoluzione del quadro normativo in continua metamorfosi e sulle interazioni con la nostra attività.
- È importante formare noi stessi in tutte quelle discipline, come la leadership, la capacità di parlare in pubblico, la propensione a lavorare in team, l'intelligenza emotiva, che fanno parte di quel bagaglio necessario per diventare un imprenditore.

D P
I R
C O
H G
I R
A A
R M
A M
Z A
I T
O I
N C
E A

- Insisteremo su un tema che tanti di noi hanno affrontato o stanno affrontando proprio in questo periodo : il passaggio generazionale in azienda. È un momento molto delicato in un'economia come quella italiana caratterizzata da imprese a conduzione familiare. Sottovalutare le criticità che nascono quando chi ha condotto un'azienda per tanti anni in modo egemonico si trova a dover condividere con altri la propria leadership può provocare contrasti considerevoli.
- La sfida che abbiamo davanti è però più complessa. La crisi che ci logora ormai da anni deve far affrontare problemi che da troppo tempo rimandiamo. Le nostre aziende devono cambiare profondamente. Il nostro modo di essere imprenditori deve cambiare. Solo così saremo in grado di creare quelle strategie competitive che faranno la differenza tra chi sopravvivrà con profitto e chi soccomberà.

D P
I R
C O
H G
I R
A A
R M
A M
Z A
I T
O I
N C
E A

- Dovremo avere il coraggio di affrontare il tema dimensionale che troppo spesso non permette alle nostre aziende di confrontarsi con mercati più profittevoli. Dovremo parlare di alleanze, di fusioni e di acquisizioni. Lavorare insieme per essere più competitivi. Lasciare un po' di quel potere assoluto che caratterizza l'imprenditore in cambio di un campo più ampio dove svolgere la propria attività. Sotto questo aspetto notiamo in noi una maggior propensione a fare rete e più facilità di circolazione di idee, progetti e informazioni. Il fatto poi di cominciare da giovani a intrecciare relazioni con colleghi costruttori renderà sempre più facile aggregarsi in futuro con persone con cui si è condiviso un cammino che nasce dalla colleganza ma sfocia sempre nell'amicizia.

D P
I R
C O
H G
I R
A A
R M
A M
Z A
I T
O I
N C
E A

- Anche dal punto di vista delle tematiche da affrontare il nostro mondo è profondamente mutato. Le capacità che venivano richieste al tempo di mio nonno e, forse, anche a quello di mio padre per condurre un'azienda erano molto più tecniche. Le conoscenze nei campi della finanza e del diritto venivano in secondo piano. Forse si stava meglio allora ma non possiamo nasconderci che il nostro mondo non è più quello. Una conoscenza profonda del linguaggio finanziario che permetta di dialogare con istituti di credito, fondi o partner investitori può far la differenza tra ottenere un finanziamento o non ottenerlo. Non possiamo più ignorarlo.

D P
I R
C O
H G
I R
A A
R M
A M
Z A
I T
O I
N C
E A

- Chi opera nel settore privato dell'appalto e dello sviluppo deve affrontare un mercato che è forse cambiato in modo ancor più profondo. Quello che era un bene primario: la prima casa, o il primo lusso a cui si arrivava con il crescente benessere: la seconda casa, si è trasformato in un mercato di sostituzione sempre più vicino, come logiche, a quello degli elettrodomestici o delle automobili. Non offriamo più un prodotto necessario a chi non lo ha. Combattiamo invece per convincere chi già ha una sistemazione a cambiarla per migliorarne caratteristiche ed efficienza. Le tematiche legate alla competitività degli edifici e dei servizi offerti dovranno entrare nel nostro DNA. Basti pensare a come sono riusciti, grazie a forti campagne di comunicazione, i produttori di auto e di elettrodomestici appunto, a far entrare nella mentalità comune il concetto di efficienza energetica e a farla diventare uno dei primi criteri di scelta mentre noi faticiamo ancora enormemente a farne apprezzare i vantaggi e a farne accettare i costi derivanti.

D P
I R
C O
H G
I R
A A
R M
A M
Z A
I T
O I
N C
E A

- Per tutti i motivi sopra citati il legame tra il Gruppo Giovani e il mondo dell'istruzione deve essere rafforzato. I naturali referenti del Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca siamo noi e dobbiamo sempre di più coltivare questo rapporto. Capire e indirizzare i nuovi modelli formativi è un nostro dovere che permetterà alle aziende di avere un florido bacino dove pescare le risorse tecniche e non di cui avranno bisogno. Leggere che, nel 2010, sono mancati 19.700 ingegneri, 14.600 laureati in economia e statistica e 7.800 profili medico – sanitari a fronte di 10.200 diplomi di troppo in specializzazioni letterarie ci dice che abbiamo tanta strada da percorrere insieme per arrivare ad un modello di istruzione consono alle esigenze delle aziende di oggi.

D P
I R
C O
H G
I R
A A
R M
A M
Z A
I T
O I
N C
E A

INTERNAZIONALIZZAZIONE

- Il mondo è sempre più piccolo. Le distanze decrescono in maniera sensibile e costante nel tempo. I mercati sono diventati veramente globali, nel bene e nel male.
- Ogni imprenditore ha il dovere di valutare le opportunità che la propria azienda può sfruttare sia in casa propria che fuori.
- L'esperienza, dura ma utile, del Governo Monti che in più di un'occasione ha giustificato scelte impopolari con dettami sovranazionali apre la porta a una profonda riflessione. Le decisioni che contano, non vengono più prese in Italia. Questo è uno dei motivi per cui tutti i sindacati di categoria, compresa ANCE, hanno un repentino calo di peso specifico nei confronti dei governi. La "stanza dei bottoni" si è spostata in Europa. Anche le nostre attività di lobby, nell'accezione positiva del termine, devono tenerne conto. Non è più possibile procrastinare un rapporto di stretta collaborazione sia con gli altri Gruppi Giovani italiani che con quelli delle altre nazioni europee.

D P
I R
C O
H G
I R
A A
R M
A M
Z A
I T
O I
N C
E A

- Abbiamo il dovere di conoscere i meccanismi decisionali che regolano l'Europa per poterli meglio interpretare. Dobbiamo anche rafforzare le nostre attività di pressione costruttiva nei confronti di chi rappresenta l'Italia presso il Parlamento Europeo e ha il dovere di raccogliere le nostre istanze e perorarle in tale sede.
- Non possiamo più aspettare nel farci promotori di un incontro che coinvolga tutti i nostri omologhi in Europa e nel mondo.
- La nostra visione, anche associativamente, deve ampliarsi e diventare davvero globale o continueremo a perdere opportunità.

D P
I R
C O
H G
I R
A A
R M
A M
Z A
I T
O I
N C
E A