

Quando si discute dell'identità di una regione, dell'Umbria, certamente non si può prescindere dagli aspetti legati all'economia, all'industria e da come questa si è evoluta e radicata in un territorio. Per un periodo piuttosto lungo i cambiamenti sono intervenuti in modo graduale, offrendo a tutti, quindi anche a chi fa l'imprenditore, la possibilità di prepararsi, di adattarsi. La rivoluzione digitale è arrivata repentina, e la mia generazione, quella che oggi ha 30-40 anni, è stata la cerniera tra due mondi, tra il passato e il futuro.

La mia generazione è una terra di mezzo tra gli imprenditori pionieri, che hanno fatto il mercato, le grandi industrie, hanno esportato, sono cresciuti e hanno internazionalizzato e i nuovissimi millennials, gli startupper. Noi siamo a metà tra queste due realtà così distanti. Siamo vecchi sul piano delle consapevolezze e siamo, però, un pochino più avanti rispetto a chi ci ha preceduto. Ci rendiamo quindi conto che se non facciamo di questi strumenti innovativi, di queste opportunità, la leva della competitività davvero cediamo il passo a chi ha compreso prima di noi l'utilità delle tecnologie emergenti.

L'idea che mi sono fatta, confrontandomi con colleghi coetanei nell'ambito del Gruppo Giovani Imprenditori di Confindustria Umbria, è che la mia generazione abbia voglia di affermarsi, di cogliere l'opportunità del cambiamento.

Io sono giovane e la mia azienda la voglio far crescere, non voglio solo mantenerla. Piccolo va bene se c'è un processo di evoluzione verso la crescita. Va bene l'azienda familiare, va bene la crescita interna, ma forse non basta più, o quanto meno non è possibile mantenere questa staticità a tutti i livelli e a tutti i settori industriali. Ci vuole il coraggio di aprirsi all'esterno.

¹ Presidente Gruppo Giovani Imprenditori Confindustria Umbria e ad Liomatic S.p.A.

Rispetto a questo, la nostra azienda ha fatto dei progetti di inserimento di giovani talenti, una selezione mirata alla ricerca di profili e competenze nuove che internamente l'azienda non aveva e che ha cercato di attrarre dall'esterno.

Io sento forte l'appartenenza a questo territorio, che è un territorio bellissimo e ha una attenzione rispetto alla qualità della vita che deve mantenere alta. Se noi perdiamo l'identità il valore si disperde.

Proprio da questa ispirazione un anno fa, insieme a quattro amiche imprenditrici, ho dato vita a un progetto di rete di impresa che si chiama Umbre - united marketing for business and regional experience. Tutte noi avevamo in comune il fatto che, oltre a essere imprenditrici nella nostra azienda, avevamo anche una, o più, strutture ricettive in Umbria. L'obiettivo di #Umbre è promuovere la ricettività in una forma nuova capace di unire imprenditorialità e alta formazione. Stiamo, quindi, lavorando con l'Università per Stranieri e con alcune *business school* europee per attrarre studenti, amatori della cultura italiana, del made in Italy e anche dell'innovazione. Il nostro progetto è uno, ma quante altre possibilità ci sarebbero di parlare della nostra regione, del nostro territorio, delle nostre persone?