

12



## ECONOMIA&FINANZA

Telefono 0444.396.311 Fax 0444.396.333 | E-mail: economia@ilgiornaledivicenza.it

IL GIORNALE DI VICENZA  
Sabato 28 Settembre 2019



**MAPS FOR FUTURE.** Il festival di Niuko, all'Archivio Dainese, mette in vetrina l'employer branding

# Le imprese attira-giovani «Non è neanche lavorare»

Matteo è scappato da un'azienda padronale: «Qui trovo i miei valori»  
Alberto: «Rendo l'industria più sostenibile». Elia e l'eco-compatibilità

Cinzia Zuccon

Identità di valori e un ambiente stimolante dove poter dare il meglio di sé. È questo che i giovani chiedono alle aziende, ed è puntando su nuove strategie che le imprese possono attrarre e trattenerne i talenti, linfa indispensabile e ed espandersi. Era tutto dedicato all'«employer branding» - le attività che promuovono l'immagine aziendale come luogo di lavoro - l'evento ospitato ieri all'Archivio Dainese nell'ambito di «Maps for Future», il festival e nuovo progetto formativo

**Lucrezia e «la parte creativa» della sua ditta Mirko e la nuova tecnologia offerta ai maxi-gruppi**

con cui Niuko - società di formazione di Confindustria Vicenza - ha voluto imprimere una svolta innovativa al «Mese della formazione». «L'obiettivo - ricorda Marina Pezzoli, ad di Niuko - è affrontare temi determinanti per il futuro. E l'employer branding è uno di questi: non si tratta solo di trovare le persone 'giuste', ma di comprendere anche quali ricadute questo comporti nelle politiche aziendali».

**DALL'AZIENDA PADRONALE AD UN NUOVO MONDO.** Del resto le aziende i giovani in gamba se li accaparrano facendoli sentire bene e dando loro fiducia. Invece dalle imprese padronali dove vige la regola del «si è sempre fatto così» scappano appena possono. È da un'azienda così che Matteo Montemezzo, 32 anni, se l'è data a gambe approdando a Palladio Group in cui è responsabile Marketing. «È un altro mondo, l'ambiente è stimolante e c'è mol-

ta collaborazione tra colleghi. È un'azienda che ha una visione, sono ben 38 i progetti da sviluppare entro il 2022 e l'attenzione alle persone è massima: flessibilità di orario e smart working, maggioro aziendale che si occupa del pagamento di multe e bollette e caffè gratis per i dipendenti. Ma soprattutto è un'azienda nei cui valori mi riconosco per la cultura di sostenibilità ambientale, sociale ed economica che promuove con i fatti».

**LA METALMECCANICA? È CREATIVA.** Con la guida della coach di public speaking Francesca Trevisi, Montemezzo ha raccontato la sua esperienza con altri sei ragazzi e ragazze. Alberto Lucchin e Lucrezia Saccardo hanno trovato l'impiego immediatamente dopo il post diploma in grafica e comunicazione alla Tonello, azienda di Saccardo che produce tecnologie per il finissaggio dei capi.

«L'idea di entrare in un'azienda metalmeccanica un po' mi spaventava - ha confessato Lucrezia - ma è bastato vedere lo showroom, la parte creativa e di ricerca per cambiare idea all'istante. L'ambiente è giovane, pieno di contaminazioni positive, non mi sembra nemmeno di andare al lavoro». A soli 23 anni, è già marketing specialist e si occupa di grafica, allestimenti per fiere e comunicazione. Anche Alberto è entrato come semplice grafico e in poco tempo, ha 27 anni, è stato promosso marketing executive: «L'azienda crea le condizioni per esprimerci e migliorarci lavorando in stretto contatto con brand internazionali della moda. E poi è un lavoro in cui posso contribuire a fare la differenza in ciò che mi sta a cuore: rendere l'industria della moda sempre più sostenibile».

**COERENZA CON GLI STUDI E COINCIDENZA DI VALORI.** Vale anche per Elia Santinon, 31

### L'altro incontro

Il punto di vista dei giovani e quello delle aziende. È la formula scelta da Niuko per raccontare perché i giovani sono felici di andare al lavoro. I soldi? La carriera? Nessuno ne ha parlato, non perché non siano importanti ma piuttosto perché sono aspetti ritenuti conseguenti a un percorso di realizzazione professionale e di benessere. «I ragazzi nati negli anni '90-2000 hanno un sistema valoriale completamente diverso dalle generazioni precedenti - dice Carlo Vanin, responsabile risorse umane di Carel -. Hanno bisogno di senso, relazioni, fare comunità: questo ci sta spingendo a rivisitare tutta la nostra strategia di employer branding». «Obbligare l'azienda a fermarsi, a decidere chi è, a chiedersi cosa fare e cosa non fare in futuro: questo - per Massimiliano Mirabella, brand communication manager di Dainese - è l'unico modo di fare comunicazione sensata e quindi fare assunzioni sensate. Al 2° incontro, con la giornalista Barbara Garz, anche Betty Pagnin di Oneday e Matteo Sola di Talent Garden. cz



Lorenza Bernardi, Mattia Luchetta, Alberto Lucchin e Lucrezia Saccardo, Mirko Perazzolo, Matteo Montemezzo ed Elia Santinon



Archivio Dainese: evento Niuko

anni - responsabile materie prime per l'industria di imballaggi Amcor Flexibles - che nella ricerca di soluzioni eco-compatibili si impegna con ancora più determinazione da quando è padre. Trovare un lavoro coerente con i propri studi e aspirazioni in un ambiente stimolante è la chiave. «C'è un po' di Auto-ware nelle case di tutti - dice con orgoglio Mirko Perazzolo, 28 anni, software engineer dell'azienda di Vicenza che sostiene l'evoluzione tec-

nologica delle imprese -. Lavoriamo per grandi aziende tra le quali Barilla, ed è sfidante confrontarsi con grandi realtà e innumerevoli progetti». «Lavorare per Baxi, il terzo gruppo al mondo nelle caldaie, mi permette di raggiungere l'eccellenza nell'energia, ambito nel quale mi sono formato» sottolinea Mattia Luchetta, 27 anni e rapidamente elevato a Product manager grazie anche alla fiducia e all'autonomia decisionale che gli ha accordato l'azienda. È quanto accaduto anche a Lorenza Bernardi, 30 enne passata in quattro anni da stagista a communication manager di Vittec imaging solutions. Ora si divide tra le sedi Bassano e S.Franco. «Vittec è una terra di opportunità e la sua missione è la mia: raccontare storie e realizzare gli obiettivi di persone creative. E il bello è che posso farlo viaggiando, mantenendo salde le radici nel mio territorio». •

© RIPRODUZIONE RISERVATA