

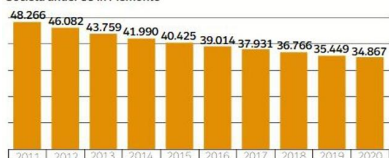
L'INCHIESTA SU L'ECONOMIA NORD OVEST

La primavera dei giovani: benvenuti nell'era del «new normal»

Le nuove imprese avviano progetti Made in Italy, piattaforme etiche, nuove tecnologie, retail e filiere. Un dinamismo mai visto e a dispetto della pandemia

di Christian Benna

Società under 35 in Piemonte



Gli addetti



% Imprese giovanili

Numero dipendenti

L'etica diventa traino del profitto.

L'ambiente: carburante per lo sviluppo. La tecnologia digitale: la ruota che tutto fa girare. A scorrere i progetti in rampa di lancio della nuova imprenditoria piemontese emerge una nuova «normalità», un paradigma di crescita economica diverso dal passato e che dovrà andare a lottare con la peggiore recessione dal Dopoguerra a oggi. In pista ci sono i contratti etici in agricoltura di Humusjobs.

Prossima settimana la piattaforma ideata dall'impresa sociale cuneese di **Claudio Naviglia** ed **Elena Elia** debuta sul mercato: 800 lavoratori stagionali selezionati andranno a lavorare (in regola) nei campi piemontesi. Poi c'è il bioreattore dell'ingegnere torinese **Alessandro Vaiarelli**, gruppo Stv, un brevetto (scaduto) per l'oil&gas trasformato in macchina che mangia la Co2 e la trasforma in aromi e profumi per l'industria alimentare. A Biella spunta il sarto digitale di Lanieri, il professionista dello stile che prende le misure dei clienti su Zoom e Whatsapp e consegna abiti e camicie in mezzo mondo. A Torino scaldano i motori l'Amazon dei negozi di quartiere di Cristina Tumiatti, mentre Pier Paolo Pecchini (gruppo Yeg) si inventa sfilate digitali e eventi virtuali. E a Cuneo i jeans (2 milioni di pezzi l'anno) in cotone biologico di Maria Riorda (Rica Lewis) finiscono nel nuovo e-commerce dell'azienda e diventano anche a taglia unica per donne (41-45) per evitare i costi ambientali del trasporto del reso.

«PRATERIE DI SVILUPPO» «L'aspetto incredibile di questa complicatissima stagione economica è che c'è un dinamismo imprenditoriale mai visto prima d'ora. Ricevo più di 10-15 idee di impresa al giorno. E quasi tutte sono idee eccellenti». Nella mail di **Marco Gay**, ceo dell'acceleratore hi-tech di Digital Magics e candidato forte a presiedere Confindustria Piemonte, si affastellano ogni anno 1.500 proposte l'anno. «Ma in queste settimane, in media, le richieste sono triplicate. La cosa interessante è che si tratta di progetti molto concreti, risposte vere a bisogni reali. Sono convinto che tra queste proposte ci siano i germogli delle grandi aziende di domani». In attesa di sbocciare, la nuova imprenditoria piemontese imbastisce progetti per distribuire meglio il made in Italy, sviluppa le tecnologie dei sistemi di pagamento, la micromobilità e il retail del futuro, crea soluzioni tech per accorciare la filiera degli approvvigionamenti industriali. Secondo Gay il mondo pre-Covid era alla costante caccia dell'innovazione disruptive, quella che punta a cambiare volto a interi settori. «Oggi stiamo atterrando in un'altra epoca, quella del construction. Tutto è nuovo, tutto va costruito. Anche se affronteremo un periodo di grande difficoltà, intravedo praterie di sviluppo che prima non c'erano».

L'ECONOMIA DEI RAGAZZI

Solo a Torino nei due mesi di quarantena la Camera di Commercio ha registrato mille nuove imprese. Tante sono ditte individuali, di giovani che provano a immaginarsi un futuro da scrivere. «Ma se vogliamo davvero ripartire e immaginare una nuova imprenditorialità dobbiamo coinvolgere e sostenere i ragazzi che intendono mettersi in gioco», spiega **Paolo Bertolino**, direttore di Unioncamere Piemonte. Perché i dati emersi da un'indagine di Unioncamere per l'Economia Nordovest del Corriere Torino suggeriscono che c'è ancora molto da fare. Nel 2011 in Piemonte c'erano 41 mila società guidate da under 35, oggi ce ne sono diecimila in meno, circa 31 mila, con Torino e Cuneo capofila delle nuove iniziative. Ma il dato che fa più male è relativo al numero di addetti di queste imprese. Ci sono solo 3 aziende

giovanili che hanno più di 250 dipendenti, e quelle nella fascia compresa tra 50 e 250 dipendenti, appena 24. «Il futuro del Paese dipende da questi giovani. Dobbiamo trovare delle formule affinché in Italia fare imprese non sia un'impresa impossibile».

LA CRESCITA SU MISURA Il lockdown ha depresso il conto economico ma ha stimolato la creatività. Basti pensare **Cristina Tumiatti** di Sea Marconi che ha coinvolto amici imprenditori per creare Siqui24, «l'Amazon dei negozi di quartiere. Per rendere competitivi i piccoli con i giganti dell'e-commerce». O a **Maria Riorda**, 29 anni, di Rica Lewis, che debutta per la prima volta nel commercio elettronico con jeans in nuovi materiali «a taglia unica, per ridurre l'impatto ambientale del reso». **Simone Maggi**, 37 anni, ha gestito l'emergenza degli atelier Lanieri chiusi per settimane inventandosi a tempo di record il sarto digitale. «I nostri sarti prendono le misure e consigliano i clienti attraverso Zoom e Whatsapp. In pochi giorni abbiamo trovato clienti a Dubai e Nuova Zelanda, mercati in cui non eravamo presenti».

A PASSO DI LEPRE Synesthesia di **Francesco Ronchi** è una giovane azienda digitale torinese che corre veloce. Ha meno di 10 anni di vita ma il Financial Times la inserisce nell'elenco di quelle società da tenere d'occhio, a maggior tasso di crescita d'Europa. Settanta dipendenti, età media sotto i 30 anni, 4,5 milioni di fatturato, una pentola a pressione di nuove idee imprenditoriali. «Open innovation, collaborazione sinergica con le startup, diversificazione ossessiva, design, digitalizzazione dei processi: questa è la nostra ricetta per correre anche nelle sabbie mobili di una crisi». Francesco Ronchi sta spingendo l'attività di ricerca nella gestione degli eventi da remoto, nell'advisory, e ha lanciato un'Academy virtuale per gli Its del territorio, come per **Piazza dei Mestieri**. **Pier Paolo Pecchini** ha dovuto cambiare tutto. Il core business della sua società, Yeg, ex Ventana, era nella gestione di convegni e turismo d'affari. «Oggi lavoriamo sul digitale, abbiamo realizzato uno studio di posa dove poter organizzare eventi e sfilate come in un set televisivo». Non solo il digitale cambia rotta. **Enrico Galeano** è il titolare di Bus Company di Saluzzo, un colosso dei trasporti composto da 320 bus e 400 dipendenti. «Con le gite scolastiche a terra, il turismo fermo per chissà quanto tempo. sta lavorando allo sviluppo della micromobilità, servizi a chiamata, noleggi di auto private. Stiamo in grande movimento, il Covid forse ci rallenterà ma non ci ferma».