

Generazione spread Lavorare, un'impresa che sfida la crisi

*La disoccupazione è al 36%, gli abbandoni scolastici da record
Storie di giovani che non si arrendono. Tra flessibilità e fiducia*

DI MASSIMO CALVI

Ci sono in Italia oltre due milioni di giovani che non stanno né studiando né lavorando. Un dato in forte crescita – non solo nel nostro Paese, perché il fenomeno dei cosiddetti *né-né*, o *neet* in inglese, è una piaga diffusa in tutta Europa – che non si spiega solo con la lunga crisi economica che sta mettendo a dura prova la tenuta sociale del Vecchio continente. E ci sono ormai oltre 36 giovani su cento, cioè più di uno su tre nella fascia 18-24 anni, che nel nostro Paese cercano un lavoro, ma non lo trovano. Questo sì in gran parte a causa della crisi economica, eppure non solo per questo. È evidente che le ragioni di un malessere così diffuso e di una condizione così grave, peraltro non in via di assorbimento in tempi rapidi, dopo cinque anni di crisi finanziaria ed economica praticamente ininterrotta, non possono essere ricercate esclusivamente nella caduta degli indici. Una crisi del lavoro così forte, così lunga e difficile da risolvere, non può che essere l'effetto di limiti oggettivi e concreti del ciclo economico, ma allo stesso tempo origine a sua volta di quelle difficoltà, in un circolo vizioso nel quale causa ed effetto finiscono per avvitarsi pericolosamente. La crisi genera carenza del lavoro, la fragilità del senso del lavoro amplifica la crisi. La flessibilità porta insicurezza, la sfiducia aumenta la precarietà. Generazione *spread*, la si potrebbe chiamare. Dove nel deserto delle offerte, il differenziale da colmare può essere anche quello tra la dimensione del sacrificio e la sfida di imparare a governare la condizione di flessibilità. I fattori decisivi sono da ricercare in

buona parte nel percorso formativo e di orientamento. Un terzo degli studenti italiani oggi abbandona la scuola superiore statale, e ben il 20% possiede la sola licenza media. Un dato preoccupante se accostato al forte aumento di iscrizioni ai licei, che ormai riguarda un giovane su due. Si aspira cioè all'università, ignorando percorsi professionali intellettualmente meno ambiziosi, ma alla prova dei fatti il traguardo più alto viene raggiunto solo in pochi casi: risultano così inevitabilmente in calo i giovani che si iscrivono all'università, scesi dal 73% del 2003 al 63% del 2009, e di quelli che arrivano a discutere la tesi, solo il 20% tra i 30 e 34 anni. Insomma: pochi giovani preparati ai lavori manuali, pochi laureati, e un sistema scolastico che continua paradossalmente ad assicurare sbocchi occupazionali post laurea più ai figli dei ricchi che a quelli delle famiglie bisognose, negando il merito e fallendo l'obiettivo dell'uguaglianza nelle opportunità. Con un'età di ingresso nel mondo del lavoro che cresce inesorabilmente. A dominare è stato allora un modello che ha trascurato la ricerca della qualità nella destinazione delle risorse, e che ha educato più al mito dell'arricchimento fine a se stesso, anziché formare al lavoro come opportunità per trasformare la realtà. Che sia stato anche questo uno dei fattori che ha alimentato la crisi è ormai evidente. Le storie di giovani che raccontiamo in queste pagine – e che racconteremo nei prossimi giorni – non offrono la risposta ai problemi, non sono le vicende di persone che hanno trovato la formula magica per riuscire. Ma sono importanti perché testimoniano una modalità interessante, fuori dagli schemi consueti, di affrontare l'esperienza del lavoro e, in fondo, l'esistenza intera. Una strada per tentare il superamento della crisi.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Così Luca, dalle Marche, ha fatto le scarpe all'iPhone «Il mio segreto? Un sogno e la forza della tradizione»

l'artigiano

DAL NOSTRO INVIATO
A MONTEGRANARO (FERMO)
PAOLO VIANA

Se è vero che Steve Jobs vedeva nel computer una bicicletta per la mente, lo strumento per cambiare il mondo, non è poi così strano che Luca Torresi, figlio di questa terra di ciabattini, abbia visto nell'iPhone un "piede" su cui disegnare la prima cover biodegradabile. Chimica e tanto design: siamo di fronte a un'idea nuova che si fa prodotto, ma che non nasce dal nulla, anzi germoglia all'interno di uno dei pochi distretti industriali sopravvissuti alla crisi. Ventotto anni, una passione smodata per il fondatore della Apple, Luca è uno dei simboli della piccola impresa che ce la fa, malgrado il credito che non c'è e l'Iva alle stelle. Con l'artigianato l'ha chiamato a spiegare ai suoi quadri dirigenti come si possa lanciare un prodotto innovativo, ecologico e interamente made in Italy senza delocalizzare le fasi produttive più costose in Romania o in Vietnam. Di fronte a tremila persone e qualche ministro, Luca ha presentato "iNature", ha raccontato l'entusiasmo con cui è stato accolto nel mondo dell'informatica e della telefonia – fino a qualche tempo fa la Mecca degli investitori – e del suo progetto di invadere i mercati "ricchi" con un accessorio che, dice lui, «i cinesi non possono copiare». Il titolare della Biomood (al 50% con Paolo Pallotta) è un ragazzo estroverso e geniale, ma lo si potrebbe liquidare come uno dei tanti emuli del "profeta della mela" se la sua invenzione non si inserisse in una tradizione secolare e tipicamente italiana. «Qui facciamo tutti le scarpe, chi più chi meno. E realizzare la cover di un telefonino – spiega – non è molto diverso dal vestire un piede. L'idea mi è venuta perché sono un consumatore di prodotti informa-

tici, ma di quelli ghiotti, e tuttavia sarebbe rimasta un sogno se non si fosse sposata con una tecnologia del settore calzaturiero».

Il papà del Mac sosteneva che per aver successo nella vita bisogna saper «unire i puntini» e naturalmente Luca è d'accordo: «Se non avessi conosciuto Paolo, che utilizzava già l'Apinat, una bioplastica che si lavora per iniezione, non sarebbe nata iNature».

Il punto è che per diventare Luca Torresi devi avere qualche soldo da parte. Altrimenti è arduo convincere una banca a unire i suoi puntini con i tuoi. «All'inizio nessuno ci faceva credito, diversamente da oggi», ammette, ma lo start up si è concluso e l'investimento iniziale è già stato ammortizzato.

La produzione iNature è già entrata nella grande distribuzione. Quando il bisnonno di Luca creò la prima impresa fondata su chiodi e lesina, il successo lo sancivano i mercati di Roma e Parigi; oggi lo consacrano le fiere dell'elettronica di consumo di Berlino e Las Vegas, dove Biomood si è aggiudicata il prestigioso premio Innovations Design and Engineering – lo stesso della Samsung – per aver prodotto l'unica cover per cellulari soft e al cento per cento biodegradabile.

Certo, di giovani geniali che ripetono allo sfinimento «siate affamati, siate folli» se ne trovano a bizzeffe e sono centinaia di migliaia gli italiani convinti di poter sconfiggere la crisi con una applicazione per iPhone, ma, come ammette Luca, «tra i miei coetanei non c'è più la voglia di fare e di trascorrere le vacanze estive in azienda, per imparare un mestiere antico che poi tanto antico non è, in quanto ti insegna a padroneggiare la materia prima e a trasformarla in un manufatto di successo».

Scarpe e ancora scarpe, sono il business di questi paesi "di montagna" – Montegranaro, Monte Urano, Monte San Giusto... – che la mano di un pittore ha collocato al centro di un diorama del gusto italiano, fatto di campi di gra-

no e di girasole, vigne e uliveti delimitati da filari di cipressi, casali e boschi ombrosi. La ricchezza di questa terra (e di tutto il made in Italy) va cercata forse nella capacità di unire il gusto estetico e l'amore per la materialità, la mano del pittore e quella dell'artigiano che lavora i frutti, la carne, il vino, la ceramica. E la pelle del vitello, che quand'è giovane e pregiata presenta al tatto un "fiore" minuscolo: se fissi bene riesci a vederlo, ma solo chi campa facendo tomaie sa esattamente quanto vale quel fiore.

«Una cover iNature viene venduta al pubblico a 19,90 euro, le omologhe in plastica arrivano dalla Cina a 20 cents». Sul mercato globale, insomma, il "nemico" è sempre lo stesso. Quando lo incroci a Las Vegas, dice che il tuo prodotto è *nice stuff* e anche se non sai l'inglese capisci che lo sta fotografando con gli occhi: «Questa volta i cinesi non riusciranno a copiarcelo, è tutto brevettato, la materia prima e il design, il logo e il progetto, questa volta non ce la faranno!» azzarda l'imprenditore, che non millanta una fede ecologista. «Produco green perché il mercato lo richiede e ho una sensibilità ambientale come qualsiasi marchigiano che si rende conto di vivere in un piccolo eden» (se non siete stati a Fiastra non potete capire...).

Come Steve, anche il giovane Torresi ha abbandonato l'università per buttarsi a capofitto nel lavoro e il magazzino di pellami che si affaccia sulla via Fermana Sud non è molto diverso dal garage di Los Altos in cui iniziò l'avventura Apple, ma i parallelismi finiscono qui. «Adoro Steve Jobs, tuttavia credo in Dio e ho un'idea tradizionale di famiglia e di comunità» racconta infatti l'ex scout, ex Acr, ex chitarrista nel coro parrocchiale ed ex "inglesino di Montegranaro" per via della band che ha fatto conoscere gli Oasis alla valle del Chienti. Risalgono ad allora gli orecchini in cocco che porta ancora oggi: «Sono una parte di me – dice – io neppure li vedo, ma gli altri li notano e mi sa che dovrò rinunciarvi. Un giorno il presidente della Camera di Commercio mi ha detto: porti bene la cravatta, ma quegli orecchini...». Siamo a Fermo, mica a Cupertino.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Luca Torresi

Ha inventato una "cover" tutta ecologica per il telefono della Apple. «L'idea arriva dalla lavorazione delle calzature. E questa i cinesi non me la possono copiare»

UNA MOSTRA AL MEETING

SI RIPARTE DA SUSSIDIARIETA' E SOLIDARIETA'

"Crisi" non è l'ultima parola sugli italiani che vivono questa stagione di precarietà economica e umana. C'è un irriducibile anelito alla positività e alla costruttività che muove gli uomini e le donne. Qualcosa di diverso dall'egoismo concepito da certi intellettuali come motore fondamentale dell'economia; qualcosa di più forte della passività di chi aspetta dalla politica la risoluzione dei problemi. È una risorsa che si chiama persona, irriducibile a ogni circostanza perché mossa da un desiderio infinito, che non si spegne mai perché appartiene alla natura più profonda dell'uomo. Non si fa ultimamente determinare dalle difficoltà e «riparte» anche quando le condizioni sono avverse. Una mostra allestita in occasione del prossimo Meeting di Rimini (19-25 agosto) mette a tema questa «riscossa della persona» documentata da esperienze relizzate nel mondo della scuola, dell'università e del lavoro: «L'imprevedibile istante. Giovani per la crescita». Alcune delle esperienze presentate nella mostra, che verrà inaugurata domenica 19 agosto dal presidente del Consiglio Monti e di cui Avvenire è mediapartner, vengono raccontate nell'inchiesta che comincia oggi. Le persone e le opere che ne sono protagoniste sottolineano il valore di due grandi direttrici culturali che sono a fondamento della dottrina sociale della Chiesa: sussidiarietà e solidarietà. È un viaggio dentro l'umana avventura che rilancia una prospettiva di positività attinta dal vissuto di studenti, insegnanti, professionisti, tecnici che fanno i conti con la crisi e generano risposte efficaci e capaci di fare scuola, di dettare un metodo con cui affrontare la realtà.

il fatto

La tempesta economica che si è abbattuta sull'Europa e sull'Italia rende sempre più problematico l'approccio al mercato del lavoro, soprattutto per i giovani. Alcuni percorsi riescono ad essere più efficaci nell'affrontare le difficoltà. Cominciamo un viaggio tra persone ed esperienze che possono testimoniare la validità di un metodo

l'apprendista

«Merito della formazione Lavoro, ma studio ancora»

DI FRANCESCO RICCARDI

La voglia di tornare un giorno in India non l'ha persa. Ma intanto non smette di costruire il suo futuro in Italia. Con l'impegno e lo studio. Rathore Narendra ha appena compiuto 18 anni, abita in un paese del cuneese, Bosco di Busca, e lavora come elettricista alla Tema di Borgo San Dalmazzo come apprendista. All'azienda e all'assunzione è arrivato tramite lo stage alla fine del corso di formazione organizzato dall'Enaip delle Acli. Chi lo conosce lo descrive come un ragazzo molto responsabile, che già alle scuole medie si distingue per il suo impegno e per la velocità con la quale impara l'italiano. «È sempre stato un "valore aggiunto" per la sua classe, un esempio per i suoi compagni sia italiani sia stranieri», raccontano gli insegnanti. E infatti si è diplomato con il massimo dei voti ed è stata assunto come apprendista nella stessa azienda nella quale già lavorava il padre, evidentemente anche lui stimato come un bravo lavoratore. «Ora però vorrei chiedere di lavorare part-time», racconta Rathore, «perché voglio iscrivermi all'Istituto tecnico per prendere il diploma da perito elettrico. Questo lavoro mi piace, voglio specializzarmi ancora. E poi come dite voi qua in Italia: un pezzo di carta in più vale sempre, avere un diploma di scuola superiore conta nel mercato del lavoro».



Rathore Narendra

Rathore Narendra, 18 anni, dopo il corso Acli ha trovato posto come elettricista «Ma continuo a studiare, perché è importante. E forse un giorno tornerò in India»

Non è così usuale ascoltare un simile approccio allo studio da parte di un diciottenne ma, oltre alla maturità e all'impegno personale, ciò che evidentemente funziona è l'offerta della formazione professionale. «Il corso che ho fatto dopo le medie per me è stato fondamentale, assieme all'appoggio della mia famiglia», dice ancora Rathore. E ancora oggi il passaggio alla scuola superiore viene facilitato grazie al "progetto Polis", sempre dell'Enaip-Acli, che attraverso corsi serali "traghetta" per così dire i ragazzi dal canale della formazione professionale alla conquista di un diploma di istituto tecnico in tre anni anziché in cinque, valorizzando quanto già appreso. Una storia anche di piena integrazione, quella di Rathore. «Non ho mai avuto problemi di convivenza, né a scuola né in paese e nemmeno di discriminazione - racconta -. Sono induista e non mangio carne di vacca, ma ho più amici italiani che non indiani». E la fidanzata? «No, quella no, non ce l'ho ancora», ridacchia, «anche perché dovrei comunque discuterne con i miei genitori...». Ma dove vedi il tuo futuro: in Italia o in India? «Mio padre dice sempre che non tornerebbe più a lavorare in India mentre io non sono così sicuro. Da una parte mi piacerebbe fare l'elettricista anche in India, portare là quello che sto imparando in Italia. Oppure fare la guida turistica, mi piace portare in giro la gente... Però adesso penso a lavorare qui. E mi rimetto a studiare».

l'imprenditore/2 **Da direttore a titolare dell'azienda «Paura all'inizio, e dico grazie gli amici»**

DA CORROPOLI (TERAMO)
PIERGIORGIO GRECO

«**N**on ho mai avuto il desiderio di fare l'imprenditore». Lascia quasi increduli questa frase, se a dirla è Giuseppe Ranalli, 42 anni, titolare di Tecnomatic Group, azienda leader nella progettazione e realizzazione di linee di automazione e macchine speciali nel settore automotive, con sedi in Italia (a Corropoli, Teramo) e Cina (a Shanghai), oltre che rappresentanze in Messico, India, Romania, Slovacchia e Brasile e Stati Uniti, con un fatturato di oltre 34 milioni di euro e circa 200 dipendenti. La sua storia viene raccontata come qualcosa di emblematico in una mostra che debutta al Meeting di Rimini il 19 agosto (vedere box a pagina 8). Nel 1995 Ranalli era un ragazzo appassionato di moto e macchine, con in tasca una laurea in Economia: fu la realtà, e soprattutto il confronto con amici incontrati in un'esperienza cristiana, a suggerirgli che quella passione poteva diventare molto di più. «E in effetti dopo tre anni in un'azienda di cui ero diventato direttore, nel 1998 mi si presentò la possibilità di acquistare le quote di Tecnomatic, impresa in difficoltà che produceva semplici sistemi automatici. Con passione ed entusiasmo, ho iniziato a studiare un piano per il rilancio, fino a superare anche l'ostaco-

lo più grande: il parere favorevole delle banche». È stato un confronto serrato con alcuni amici ad aiutarlo ad interpretare bene i segni che gli consigliavano di diventare imprenditore: «Gli amici mi hanno fatto capire che il valore della mia persona andava oltre quella decisione. Mi sono sentito voluto veramente bene, e ho sperimentato che l'assunzione di un rischio non dipende solo dall'analisi dei fattori tecnici. Così ho deciso per il sì». Dal 1998, l'espansione è stata continua: nel 2001 lo sbarco in Nord America (dove contribuirà allo sviluppo del motore ibrido per conto di General Motors), nel 2005 in Brasile, nel 2008 in Cina, a Shanghai, dove ancora oggi Tecnomatic mantiene un impianto, mentre gli altri sono stati ceduti. Anni intensi, all'insegna di ricerca e formazione continua su cui Ranalli ha costantemente investito, in particolare nella sede abruzzese (dove quasi la metà dei dipendenti sono ingegneri e progettisti), e partecipando all'ideazione del Campus Automotive in Val di Sangro (Chieti), per la formazione di "meccatronici", figure che sommano conoscenze meccaniche ed elettroniche. Nel 2009, inevitabilmente, la crisi

non ha risparmiato neppure Tecnomatic: «Il calo del fatturato è stato evidente. Ma, come dieci anni prima, sono stati sempre gli amici a farmi capire che mi ero completamente ripiegato su me stesso, sulle mie convinzioni, e che la paura mi stava divorando: riducevo la realtà a quello che avevo in mente io. Quando mi sono rimesso in gioco, riconoscendo innanzitutto i miei limiti, c'è stata la ripartenza: ho fatto un bagno di umiltà, e ho iniziato a esplorare nuovi mercati, a considerare i miei collaboratori una ricchezza, a innovare sul processo, a spalancare gli occhi. L'anno scorso il fatturato ha superato quello pre-crisi». In questi anni che lo hanno trasformato da ragazzo appassionato di auto a imprenditore automotive, Ranalli ha imparato anche a guardare diversamente i suoi dipendenti e collaboratori: «A chi viene a fare un colloquio faccio fare innanzitutto un giro in azienda: voglio rendermi conto se e da cosa rimane colpito. Nel tempo, poi, cerco di testimoniare a ognuno che il lavoro è un compito che Dio ci assegna, non una semplice prestazione finalizzata al guadagno. Se si scopre questa dimensione tutto diventa nuovo, anche la crisi. Non a caso, insieme a tutti, ne siamo usciti con grande soddisfazione, personale e professionale, senza tagli e con un turn over pari a zero».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Giuseppe Ranalli



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

www.ecostampa.it

084806

l'imprenditore/1

«La flessibilità può essere una carta vincente E aiutiamo i ragazzi a incontrare il bisogno»

DA BOLOGNA **STEFANO ANDRINI**

La flessibilità è una risorsa per la crescita. Non solo per le imprese, anche per gli stessi giovani. È questa la scommessa della società bolognese Dse srl, nata nel 2006 e diventata in pochi anni uno dei più importanti fornitori italiani di luce e gas. Spiega il presidente, Francesco Bernardi: «L'età media delle persone che lavorano con noi, circa 400, è di 32 anni. Questo perché in un settore dinamico come quello elettrico c'è bisogno di adattarsi ai cambiamenti repentini del lavoro. Una persona adulta tende infatti ad affezionarsi a metodi e procedure che negli anni hanno garantito un buon risultato. I giovani, invece, sono diversi. Perché meno attaccati alla modalità con cui hanno svolto il lavoro in precedenza e con un approccio originale alla realtà. E questo vale sia per coloro che hanno una formazione tecnica ma ancora di più quelli che hanno una formazione umanistica».

Cosa chiedono i giovani quando entrano nel mondo del lavoro? «Retribuzione, profilo di carriera, e attività formativa non colgono il 100% della domanda che hanno le nuove generazioni verso le aziende. I giovani infatti vorrebbero trovare nel posto di lavoro anche un punto di riferimento sociale per la propria vita». Una lacuna che la Dse sta cercando colmare. «Oggi - prosegue Bernardi - si sta diffondendo una grande esigenza: fare esperienze di gratuità. Di fronte al terremoto in Emilia tutti sono profondamente interpellati dalla richiesta di aiuto che normalmente, e non è poco, si esprime attraverso donazioni in denaro. Ma a volte accade che uno vorrebbe fare di più. Vorrebbe fare un'esperienza personale di incontro con il bisogno. E in questo l'azienda può diventare un tramite».

Bernardi (Drs):

«I giovani oggi si adattano bene ai cambiamenti

E desiderano esperienze di dono»

Dse propone ai dipendenti, pagati dall'azienda, di destinare un pomeriggio al mese al volontariato per aiutare le famiglie terremotate o per dare una mano a un'opera sociale. Una proposta che è accolta dalla maggioranza dei nostri collaboratori, al di là delle convinzioni religiose e culturali. Il risultato? Assolutamente positivo. Con ricadute non solo sulla persona: «Fare del bene è sempre edificante anche per l'azienda che ha la possibilità di creare uno spirito di appartenenza molto più solido rispetto alle normali tecniche di costruzione dell'unità aziendale». Ma l'attenzione dell'azienda, assicura Bernardi «è anche nei confronti dell'emergenza che può capitare allo stesso dipendente. Sentendo questa vicinanza si rende conto di appartenere a un organismo nel quale vede rispettate e valorizzate molte esigenze della persona».

Interessante anche la modalità per portare avanti la "mission", la Dse Social. «A questo gruppo - racconta Bernardi - devolviamo una quota fissa degli utili annuali. Questo tesoretto viene destinato ad attività sociali che vengono decise autonomamente. Tutte le domande di finanziamento hanno come

promoter un dipendente, che si fa carico di valorizzare e di contestualizzare le richieste presso il comitato che gestisce i fondi. In questo modo ogni dipendente può diventare il paladino di una buona causa che ogni anno viene finanziata secondo le disponibilità del fondo. È un altro elemento che crea buona unità e un'armonia tra i lavoratori». «L'idea in fondo della nostra sfida - conclude il Bernardi - è ben sintetizzata da un'affermazione della professoressa americana Margaret Archer: "Noi siamo quello che più ci prendiamo a cuore"».



Francesco Bernardi

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Una riunione alla Dse di Bologna

l'ex bancario

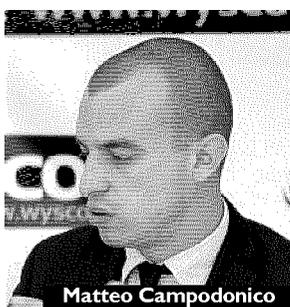
**«Con una "cassanata" ho cambiato vita»
(E rivoluzionato il mondo del calcio)**

DI MASSIMILIANO CASTELLANI

«**C**rederci sempre, arrendersi mai, ma soprattutto anche nel mezzo dello tsunami della crisi economica, avere il coraggio di cambiare, per realizzare i propri sogni». È la filosofia molto pragmatica di Matteo Campodonico, 36 anni, quattro figli, la cui esperienza è raccontata all'interno della mostra «L'imprevedibile istante. Giovani per la crescita», allestita al Meeting di Rimini (vedi box a pagina 8). Un giorno, era il 2004, assorto in pensieri da Fantacalcio, seduto nella sua comoda poltrona di bancario, Matteo telefona all'amico Simone Falzetti e gli comunica: «Mi licenzio, da domani si comincia con il nostro progetto: "Wyscout"...». Simone è preparato alla notizia che sta per cambiare le loro vite, un po' meno i familiari di Matteo che in quell'abbandono improvviso dell'agognato e ormai rarissimo "posto fisso", videro un gesto di pura follia: una "cassanata", calcisticamente parlando. Un pianeta nel quale, via web, Matteo e Simone sono atterrati come meteorite, direttamente dalla provincia ligure, Chiavari, per andare davvero alla conquista del mondo. «Abbiamo cominciato in maniera artigianale creando dei dvd che analizzavano tutte le singole situazioni di gioco di una partita di calcio. Ma questo era un tipo di lavoro che facevano da tempo già tante società, perciò spremendo le meningi abbiamo capito che l'idea vincente doveva essere qualcosa che ancora non esisteva o che era fatta in modo antiquato e aveva bisogno di una modernizzazione tecnologica». Ecco allora che le menti di quattro amici al Barsport partoriscono l'idea che manda in gol tutti i loro sogni: lo "scouting" calcistico online.

«Basta, abbiamo detto, con i pesanti e obsoleti dvd, tutta l'archiviazione dei filmati riguardanti partite e calciatori di ogni campionato dovevamo farla in Rete». Idea geniale, ma piccolo dettaglio: mancavano i finanziamenti. Per la base necessaria di partenza provvidenziale fu l'intervento del loro "business angel" Antonio Gozzi, il primo a credere nelle potenzialità dell'impresa di quei quattro giovani concittadini. Una volta partita, a Wyscout serviva un portafoglio

clienti disposti a comprendere e soprattutto a investire sulla portentosa novità che consente di avere "in Rete, in zero secondi", tutte le informazioni necessarie per chi vive di pane e pallone. «Ad aprirci la strada è stato Serse Cosmi - racconta Matteo - che all'epoca era il tecnico del Genoa. Alla fine di un allenamento gli ho lasciato una lettera e il giorno dopo con grande sorpresa ricevemmo la telefonata della dirigenza genoana che era interessata al nostro progetto.



Matteo Campodonico

Poco dopo iniziammo a lavorare con la Samp, allora gestita da Giuseppe Marotta (ora dg della Juventus) e poi con l'Udinese, dove Pietro Leonardi (oggi dg del Parma) ci diede una grande fiducia». Alla metà del 2009, dopo un quinquennio di tentativi e di utile apprendistato, il boom, grazie anche all'uscita dell'iPad con la quale la Wyscout, per prima nel settore, ha sviluppato un'applicazione web.

«Siamo andati in America a comprare iPad e ne abbiamo distribuiti 120 ai nostri clienti». Quei primi 120 clienti erano procuratori, dirigenti, allenatori che cliccando sulla faccina del calciatore in un nanosecondo possono vedere i video del talento, loro potenziale acquisto. «Oggi abbiamo sviluppato un database sul nostro sito (www.wyscout.com) con filmati e informazioni su 200mila giocatori e possibilità di visualizzazione in streaming del-

**Matteo si è inventato
«Wyscout»,
la piattaforma che
consente alle società
di scoprire i talenti nel
mondo. «L'importante
è non arrendersi mai»**

le azioni e tagging delle immagini». Una manna per le 20 società di Serie A e i 250 club internazionali (tutte le grandi d'Europa, da Real Madrid, Barcellona e Manchester City fino al Qatar) e i 130 procuratori che sinora si sono abbonati a Wyscout. Per un club l'abbonamento costa in media 8mila euro l'anno e con quelli Matteo e soci nel 2012 fattureranno 2,5 milioni di euro (l'80% del fatturato arriva dall'estero). Ma la più grande soddisfazione di Matteo è che dal loro grande sogno è generato lavoro per giovani disoccupati. «Il nostro staff è composto da 50 persone, età media 28 anni: 25 lavorano in Italia e altrettanti nella nostra sede in Bulgaria. Sono ragazzi che come me hanno capito che, tecnologia a parte, è ancora possibile realizzare qualcosa di nuovo o al limite migliorare qualche antico mestiere e metterlo al passo con i tempi».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



36,2%
IL TASSO DI DISOCCUPAZIONE GIOVANILE IN ITALIA

80%
LA PERCENTUALE DI CONTRATTI A TERMINE SULLE NUOVE ASSUNZIONI

30,8%
GLI STUDENTI CHE ABBANDONANO LA SCUOLA SUPERIORE STATALE

19,8%
LA QUOTA DI LAUREATI NEL NOSTRO PAESE

19%
LA PERCENTUALE DI DISOCCUPATI LAUREATI (ERANO IL 16% NEL 2004)

19,7%
I GIOVANI IN POSSESSO DELLA SOLA LICENZA MEDIA

