

# Confindustria premia i “cervelloni” ma avverte: anche fare flop può servire

written by Redazione  
4 Giugno 2014



*nella foto: Cristina Bombassei*

Fare “flop” per un’impresa, ma anche per una persona, può porre le basi per un nuovo successo. E’ su questo spunto che si è sviluppata la manifestazione “Io e Lode”, dedicata agli studenti eccellenti, svoltasi al Centro Congressi Giovanni XXIII, organizzata dal Gruppo Giovani Imprenditori della locale Confindustria, in collaborazione con l’Ufficio Scolastico per la Lombardia di Bergamo e che ha visto protagonisti gli allievi di 55 scuole superiori statali o parificate, circa 300 selezionati con una media superiore al nove, veri e propri “cervelloni”, fra i quasi mille che nell’anno scolastico 2012-2013 hanno frequentato le classi dalla prima alla quarta, ottenendo una votazione media dall’8,5 in su. Un’occasione di festa,

ma anche di riflessione sul talento, sull'eccellenza, nonché, appunto, sulla possibilità di fallire, fare "flop", contrapposto al "pop", per poi ricominciare o prendere altre strade, perché proprio alcune grandi storie imprenditoriali dimostrano come gli errori e le deviazioni, possono essere lo spunto per nuovi successi.

"Abbiamo bisogno del vostro talento, di energie fresche e di nuovi imprenditori - ha sottolineato, rivolgendosi agli studenti, Cristina Bombassei, consigliere delegato all'education di Confindustria Bergamo - perché le idee sono alla base delle storie imprenditoriali di successo. Studio, determinazione, curiosità, aggiunte a intuizione e passione, sono determinanti, così come la capacità di cogliere le circostanze favorevoli o sfavorevoli".

Cristina Bombassei, in coppia con Alessia Ceroni, vice-presidente del Gruppo Giovani Imprenditori di Confindustria Bergamo con delega all'education, ha anche proposto una riflessione a più voci sui concetti di "pop" e "flop", sul coraggio di sperimentare, sull'importanza dell'errore, sull'armonia fra sapere e saper fare, ricordando i numerosi casi di "flop" che si sono tradotti poi in successi: il "post-it", nato da una colla di scarsa tenuta, la coca-cola, studiata come rimedio poco efficace per il mal di testa, la nutella, nata come ripiego per supplire con la granella di nocciole alla scarsità di cioccolato. Ma si è parlato anche di aziende bergamasche leader nel loro settore, Same, Carvico, Persico, Brembo, Cotonificio Albini, capaci di anticipare le esigenze e mantenere nel tempo lo spirito innovativo.

Aziende bergamasche sono state anche protagoniste della sfida per il miglior slogan pubblicitario ideato da alcune coppie di studenti: il Calcio Balilla di Fas Pendezza, Glossy della Plastik, Acqua 0 di Sitip e AGV di Scaglia Indeva. Il pubblico in sala, diviso in varie squadre, è stato poi coinvolto dal comico e formatore Fabrizio Fontana in una grande gara, una ventina di domande su storie aziendali e prodotti simbolo, focalizzate anche su realtà locali d'eccellenza come Brembo, Sematic, Vinservice e Persico.

Patrizia Graziani, dirigente dell'Ufficio scolastico regionale per la Lombardia, ha

ringraziato l'associazione per la stretta collaborazione. La dirigente ha anche ricordato che la nostra provincia evidenzia, in controtendenza, l'aumento degli iscritti ai percorsi di istruzione tecnica e professionale e la riduzione delle adesioni ai licei, ed emerge quindi un'attenzione maggiore al futuro lavorativo dei figli, perché anche oggi le imprese faticano a trovare tecnici qualificati, mentre abbondano diplomati e laureati con titoli non facilmente spendibili nel mondo del lavoro.

Nel corso della mattinata sono stati consegnati anche i riconoscimenti dei concorsi "Industriamoci", "Junior achievement" e "La tua idea d'impresa", finalizzati a creare uno stretto collegamento fra mondo della scuola e aziende, ai quali hanno aderito 217 giovani.