

## Giro d'Italia a caccia di talenti



L'Associazione Marchi Storici e la Fondazione imprese e competenze lanciano l'allarme: necessario colmare il divario domanda-offerta. Premiati 19 "Maestri del Made in Italy" Anche un "Giro d'Italia" a caccia di talenti può essere utile a colmare il divario domanda-offerta. L'Associazione Marchi Storici d'Italia in collaborazione con la Fondazione imprese e competenze per il Made in Italy lanciano l'allarme: nelle imprese italiane, quasi un'assunzione su due è di difficile reperimento. In settori nevralgici per l'economia nazionale, come le costruzioni e l'industria metalmeccanica, le difficoltà di reclutamento superano la soglia critica del 60%, con una media di 4,5 mesi necessari per individuare le figure professionali richieste.

«La sfida delle competenze è la priorità strategica per blindare il futuro del made in Italy - ha spiegato Massimo Caputi, presidente dell'Associazione Marchi Storici -. Il sistema formativo e quello produttivo operano ancora su binari paralleli: il mismatch è alimentato dall'inadeguatezza dei profili rispetto alle reali esigenze delle filiere, da fragilità nei processi di orientamento e da una carenza di competenze tecniche e operative. Abbiamo bisogno di figure non solo dotate di competenze tecnico-specialistiche, ma anche capaci di coniugare il saper fare con una generalizzata cultura d'impresa. È essenziale ridurre il divario tra scuola e industria, valorizzando il saper fare distintivo delle nostre filiere e governando il passaggio generazionale, così da garantire continuità e competitività al sistema Paese».

«L'evento Dal sapere al saper fare, promosso dall'Associazione Marchi Storici d'Italia, ha posto l'attenzione sul crescente disallineamento tra domanda e offerta di lavoro nel Paese. Attualmente, circa il 46% dei profili ricercati risulta di difficile reperimento, con punte superiori al 60% nei settori delle costruzioni e della metalmeccanica. Tale criticità è riconducibile principalmente alla distanza tra sistema formativo e sistema produttivo, nonché alla carenza di competenze tecniche e operative adeguate. È stata sottolineata l'importanza di integrare conoscenze teoriche e capacità pratiche per sostenere la competitività del made in Italy. Le competenze artigianali e il know-how territoriale rappresentano un patrimonio strategico da valorizzare e tutelare. Si evidenzia inoltre la necessità di migliorare l'orientamento e la percezione dei giovani verso tali percorsi professionali», ha sottolineato Giovanni Brugnoli, presidente della Fondazione imprese e competenze per il Made in Italy.



«Celebriamo un traguardo significativo: 1.000 marchi storici iscritti nel Registro speciale dell'Ufficio Italiano Brevetti e Marchi. Mille realtà che incarnano la storia produttiva del Paese e indicano la strada: qualità, eccellenza, identità e innovazione. Un traguardo che si inserisce nel programma delle oltre 800 iniziative della Giornata nazionale del Made in Italy 2026, che si è svolta il 15 aprile, anniversario della nascita di Leonardo da Vinci: il genio che meglio esprime la capacità di coniugare identità, storia, cultura, arte e innovazione. Una Giornata nazionale che quest'anno abbiamo dedicato al tema della formazione. È fondamentale rafforzare il collegamento tra Marchi Storici e sistema formativo: competenze solide applicate alla produzione alimentano innovazione e competitività. Il nostro impegno è chiaro: sostenere i Marchi Storici, favorire la collaborazione con scuole e istituzioni formative e creare percorsi per i giovani», ha dichiarato il ministro delle Imprese e del Made in Italy, Adolfo Urso

«Il resto del mondo potrà colmare i divari tecnici grazie a quella che possiamo definire una vera e propria "protesi tecnologica", come l'intelligenza artificiale - ha aggiunto Armando De Nigris, vicepresidente dell'Associazione Marchi Storici e presidente del Gruppo Giovani -. Ciò che, invece, non potrà essere replicato con la stessa immediatezza è la capacità creativa dei nostri giovani, il nostro approccio profondamente umano e la nostra cultura del fare. Le nostre sono imprese che hanno saputo coniugare tradizione e innovazione, mantenendo viva una continuità che oggi passa nelle mani delle nuove generazioni».

Inoltre, con la nuova campagna 2026 del Gruppo Giovani, dal titolo Insieme, facciamo il futuro, si punta sulla forza visiva dell'unione: uno spot d'impatto che vede protagonisti i volti di 20 giovani imprenditori dell'Associazione, a testimonianza di un patrimonio storico che sa rinnovarsi e rigenerarsi attraverso l'energia delle nuove generazioni. La campagna sarà diffusa a livello internazionale, anche attraverso il coinvolgimento della rete diplomatico-consolare del ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale. La campagna vede protagonisti: Angelica Faotto (Silcart), Anna Cento (Cimbali Group), Edoardo Arecco (Gabetti), Elisa Belvedere Mazzetti (Mazzetti d'Altavilla), Federica Morgante (Morgante), Federico Becattini (Savio Firmino), Francesco Vena (Lucano 1894), Gaia Evangelisti (Mazzetti d'Altavilla), Letizia Roncoroni (Roncoroni), Luca Cervellone Pallini (Pallini), Luna Zonfrillo (Mercurio Misura), Marcello De Nigris (De Nigris 1889), Matteo Fornasari (Gabetti), Olimpia Caputi (Terme di Saturnia), Romilda Roncoroni (Roncoroni), Susanna Toschi (Toschi), Tommaso Canella (Canella), Tommaso Inghirami (Inghirami Company).

## Il "Giro d'Italia del Made in Italy"

Nell'ambito della Giornata nazionale del Made in Italy, la Sala Colucci di Palazzo Castiglioni a Milano ha ospitato la seconda tappa del Giro d'Italia del Made in Italy, il road show promosso dalla Fondazione imprese e competenze per il Made in Italy, con il sostegno dei ministeri delle Imprese e del Made in Italy e dell'Istruzione e del Merito, in collaborazione con la Casa del Made in Italy della Lombardia. L'iniziativa ha visto la partecipazione di cinque istituti scolastici – tra licei del Made in Italy e Istituti tecnici del modello 4+2 – coinvolgendo circa

studenti, veri protagonisti della giornata, pensata per avvicinare il mondo della formazione a quello delle imprese. Momento centrale dell'evento è stato il Job Day del Made in Italy, organizzato in collaborazione con Assosomm (Associazione Italiana delle Agenzie per il lavoro), che ha trasformato il road show in un'opportunità concreta di inserimento professionale. I colloqui svolti tra aziende, centri per l'impiego, studenti e persone in cerca di occupazione, confermando il valore di un modello capace di creare connessioni reali tra domanda e offerta di lavoro.



«Partecipare ai colloqui durante l'evento è stata un'opportunità molto preziosa, che ci ha permesso di confrontarci direttamente con professionisti del settore e di comprendere meglio il mondo del lavoro. Esperienze come questa rappresentano un'importante occasione di crescita personale e formativa, aiutandoci a orientare con maggiore consapevolezza il nostro futuro» – ha affermato Alessandro Tinelli, studente della IV AT dell'Istituto Carlo Porta di Milano.

Durante l'evento, Brugnoli ha lanciato un messaggio forte che ha evidenziato il ruolo delle nuove generazioni: «Stiamo costruendo un ponte, necessario e non più rimandabile, tra competenze, industria e territorio. Per troppo tempo questi mondi sono rimasti distanti, creando un divario che oggi sfiora il 50%. È una frattura che non possiamo più permetterci. Le imprese cercano talento, i giovani cercano futuro. Il nostro compito è farli incontrare». Brugnoli ha poi richiamato la forza del sistema produttivo lombardo: «Il made in Lombardy vale da solo un quarto dell'export nazionale. Un primato che nasce ogni giorno dalle mani, dalle idee e dalla passione di chi lavora. Grazie a questo record nell'export, l'Italia si posiziona oggi al livello del Giappone come quarto Paese industriale al mondo, a conferma della forza e della competitività del nostro sistema produttivo. Il made in Italy non è solo un marchio, è identità, visione, capacità di trasformare il sapere in eccellenza. È, in definitiva, il racconto più autentico del meglio del nostro Paese».

«Eventi come questo dimostrano che quando scuola, imprese e istituzioni lavorano insieme si possono creare opportunità reali, non solo raccontarle. I giovani hanno sempre più voglia di incontrare il mondo del lavoro e di farlo il prima possibile, per orientare al meglio il proprio percorso di studi. Milano vuole essere sempre più questo: una città che riduce la distanza tra formazione e occupazione, valorizzando il talento e accompagnando i giovani verso scelte consapevoli», ha commentato Martina Riva, assessora allo Sport, al Turismo e alle Politiche Giovanili del Comune di Milano.

«La moltitudine dei giovani di oggi esprime una forte volontà di mettersi in gioco e costruire il proprio futuro ed è una risorsa fondamentale per associazioni e imprese. Anche la scuola è cambiata e i percorsi tecnici non sono più una scelta di serie B ma un'opportunità concreta per entrare nel mondo del lavoro. Per questo è importante creare occasioni di incontro tra giovani, sistema associativo e imprese, perché è da questo rapporto che passa il futuro del territorio» – ha sostenuto Simonpaolo Buongiardino, vicepresidente di Confcommercio Milano.

«Come Agenzie per il lavoro, noi siamo un punto di contatto tra il potenziale delle persone e i bisogni reali delle imprese. Giornate come questa hanno valore perché riducono la distanza tra scuola, lavoro e impresa», ha concluso Gianni Quatera, vicepresidente di Assosom.

Durante la giornata è stato presentato il fumetto realizzato dalla classe 2A del Liceo del Made in Italy dell'Istituto Labor, che illustra in modo chiaro e coinvolgente il percorso delle imprese italiane dai distretti locali al mercato globale e valorizza il ruolo del territorio, dell'innovazione e delle eccellenze del Made in Italy. Il Giro d'Italia del Made in Italy, organizzato dal direttore generale della Fondazione Michele Raccuglia

prosegue così il suo percorso sul territorio nazionale, con l'obiettivo di rafforzare il dialogo tra scuola, impresa e istituzioni, valorizzando il capitale umano e le competenze come leve fondamentali per la crescita e la competitività dell'Italia.

Premio "Maestro del Made in Italy"



Il Salone delle Colonne a Roma ha ospitato la prima edizione del Premio “Maestro del Made in Italy”, promosso dalla Fondazione imprese e competenze per il Made in Italy, con il supporto del ministero delle Imprese e del Made in Italy e del ministero dell'Istruzione e del Merito. La giornata si è aperta con gli interventi dei ministri Urso e Valditara e del presidente della Fondazione Giovanni Brugnoli , a testimonianza dell'impegno condiviso tra istituzioni, scuola e sistema produttivo nel valorizzare il capitale umano del Paese.

Il Premio “ Maestro del Made in Italy ” rappresenta un ri riconoscimento che celebra imprenditori e imprenditrici capaci di incarnare e trasmettere il valore più autentico dell'eccellenza italiana. Donne e uomini che con passione e visione custodiscono saperi, innovano tradizioni e costruiscono ponti concreti tra generazioni, portando il Made in Italy nel mondo. Tra i 19 premiati Armando de Nigris , presidente del Gruppo De Nigris, vicepresidente dell'Associazione Marchi Storici d'Italia e presidente gruppo Giovani dei Marchi Storici, è stato insignito del riconoscimento di “Maestro del Made in Italy 2026”, premio istituito per valorizzare imprenditori e imprenditrici che, oltre a generare valore economico, contribuiscono alla trasmissione delle competenze e del saper fare italiano alle nuove generazioni, rafforzando il legame tra impresa, formazione e territorio. «Trasmettere competenze significa costruire futuro. Questo riconoscimento valorizza non solo il percorso di un'impresa, ma il lavoro quotidiano di tante persone e l'impegno verso i giovani, che rappresentano la vera continuità del Made in Italy - ha dichiarato de Nigris -. In questi anni abbiamo investito con convinzione nella formazione, creando percorsi strutturati per trasferire conoscenze e accompagnare la crescita professionale delle nuove generazioni. Credo che il compito di un imprenditore oggi sia proprio questo: non limitarsi a fare impresa, ma contribuire a creare competenze, opportunità e valore per il Paese».

A seguire, una tavola rotonda di alto profilo ha offerto uno spazio di confronto concreto sul rapporto tra formazione e impresa, elemento chiave per il futuro della competitività italiana . Tra i partecipanti: Antonella Tozza , direttrice generale per gli ordinamenti scolastici del ministero dell'Istruzione e del Merito, Mario Ciampi, vice capo di Gabinetto presso il ministero delle Imprese e del Made in Italy, Andrea Prete presidente di Unioncamere insieme al presidente Brugnoli . Un dialogo aperto per raccontare esperienze, sfide e opportunità di un sistema che guarda ai giovani come protagonisti.

Proprio ai giovani è stato dedicato uno dei momenti più significativi della giornata. Oltre 100 studenti dei licei hanno avuto l'opportunità di confrontarsi direttamente con il presidente della Fondazione in un dialogo, capace di avvicinare il mondo della formazione a quello del lavoro. A rendere ancora più coinvolgente l'evento l'intervento di Andrea Muzi tre volte campione europeo e campione mondiale di memoria IAM , che ha guidato i partecipanti in un'esperienza interattiva su come apprendere in modo efficace, offrendo strumenti concreti per affrontare le sfide dello studio e della crescita personale.

Il culmine della mattinata è stato dedicato ai protagonisti del made in Italy, con la consegna dei premi ai “Maestri” , simbolo vivente di un patrimonio che continua a evolversi senza perdere la propria identità.

A chiudere l'evento, un momento conviviale dal forte valore simbolico: un light lunch realizzato dagli studenti del liceo del Made in Italy Istituto Ipsoea Vincenzo Gioberti di Roma , esempio concreto di come talento, formazione e passione possano tradursi in eccellenza. Una giornata che non è solo celebrazione, ma visione, perché il made in Italy rappresenta i valori e la cultura d'impresa che rendono l'Italia riconosciuta nel mondo.



## I 19 premiati

Giacomo Ponti Ponti SPA, per aver consolidato e innovato una storica eccellenza del settore alimentare italiano;

Giuseppe Santoni Santoni SPA, per l'eccellenza nel settore tessile, abbigliamento, moda e la valorizzazione del saper fare artigianale;

Giuseppe Zullo

, Piano Paradiso di G. Zullo Srl , per aver unito tradizione gastronomica e innovazione creativa nel territorio;

Katia Balducci Navigo Toscana s.c.a.r.l ., per lo sviluppo del design nautico e della filiera dell'innovazione;

Riccardo Civitella Civitella Creazioni Marmi , per la valorizzazione dell'artigianato artistico italiano;

Michele Frisoli Manta Group Srl , per l'eccellenza nell'aerospazio e l'innovazione industriale;

Massimo Leo Leo Costruzioni SPA , per il contributo allo sviluppo infrastrutturale e territoriale;

Manlio Romanelli M-Cube SPA , per l'innovazione nei servizi digitali e It;

Aldo Werdin Excelsior Palace Hotel Srl, per l'eccellenza nel turismo e nell'ospitalità italiana;

Filippo Girardi Midac SPA, per il contributo nel settore energia e sostenibilità industriale;

Stefano Messina Ignazio Messina & C SPA, Per lo sviluppo della logistica e dei trasporti internazionali;

Jacopo Tonino Poli Poli Distillerie Srl, per la valorizzazione della tradizione distillatoria italiana;

Gianni Schiavon Zintek Srk, per l'innovazione nelle costruzioni nel mondo dell'architettura;

Fiorella Bafile Tindora Cosmetics Srl, per la ricerca e innovazione nel settore biotecnologico;

Dario Gianandrea Ferrari Intercos SPA, per la ricerca e innovazione nel settore biotecnologico;

Elena Balsamini , Il Guado, per il valore nelle imprese culturali e creative.

## I Premi Speciali

Angelo Bruscano Greenenergy Holding SPA (Sostenibilità) per l'impegno nella transizione energetica e sostenibile;

Armando de Nigris Acetificio M. De Nigris Srl (Giovane Maestro), per la capacità di innovare nel solco della tradizione;



Carla Casini Alma SPA (Maestra del Made in Italy), per la leadership e il contributo femminile all'eccellenza italiana.