



Il nostro esperto

* Giampaolo Colletti è un manager di impresa e giornalista. Collabora col Sole24Ore scrivendo di innovazione e marketing. Ha fondato la community dei lavoratori della rete wwworkers. Ha scritto libri per Gruppo24Ore, Egea, Hoepli.

Il futuro visto dalla generazione che più lo incarna: i giovani, che pensano lontano da preconcetti, speculazioni, narrazioni negative. Due storie che raccontano come cominciare

LEZIONE DI IMPRESA DAI GIOVANI

Nel mondo segnato dalla pandemia e dalle sue conseguenze, forse dovremmo ripartire da bambini e ragazzi. Da quelli che nel corso dell'emergenza e, più in generale, nella fase di questa lenta ripartenza, abbiamo trattato peggio di altri. Non parlo delle famiglie, impegnate a trovare alternative, spesso digitali, al lungo *lockdown*. Ma i più giovani, con scuole chiuse e parchi blindati, hanno saputo insegnare qualcosa ai più grandi. E in alcuni casi hanno proposto un modello del fare impresa oggi vincente.

NON SI SPECULA SULLA TRAGEDIA

Due storie tra le tante. La prima è quella che ha fatto il giro del mondo. Avi Schiffmann, studente 17enne delle scuole superiori di Mercer Island, 25mila anime nella contea di King, Stato di Washington, ha costruito una delle più importanti piattaforme online al mondo, dedicata alla diffusione di informazioni sul coronavirus. Ha lanciato il sito nCoV2019.live, costruito con l'amico Daniel Conlon a gennaio 2020, traccia i casi in tempo reale e dà aggiornamenti continui. In poco tempo la piattaforma ha raggiunto 30 milioni di utenti. Un successo travolgente. Ma ciò che ha fatto scalpore è ciò che ha detto Avi quando avrebbe potuto monetizzare l'operazione. Questo studente con la passione per la statistica, senza indugiare più di tanto, ha rifiutato una proposta di 8 milioni di dollari. La cifra era legata all'acquisto della sua piattaforma. «Non intendo speculare sulla tragedia. Spero che in futuro strumenti come questo vengano

creati dall'Organizzazione Mondiale della Sanità. Molti mi dicono che rimpiangerò questa decisione, ma ho altri piani per il futuro» ha dichiarato tra lo sbigottimento di molti. Un'altra idea di business, che guarda caso fa bene al business. Nell'estate 2019 ben 181 capi d'azienda americani legati alla Business Roundtable, associazione che riunisce le più grandi aziende americane, emanarono un comunicato chiaro: lo scopo di un'impresa non può essere più legato al soddisfacimento del benessere economico per gli azionisti, ma deve guardare a tutta la comunità: dipendenti, fornitori, cittadini che gravitano nelle aree geografiche dove l'impresa lavora e prospera. È il nuovo valore del *purpose*, dello scopo d'impresa.

UNA RISATA CIAUTERÀ

Dall'America ci spostiamo in Canada, a Saanich, cittadina di oltre 100mila abitanti nella Columbia Britannica. Qui abita Callaghan McLaughlin, un bimbo di 6 anni che ha deciso di sfidare il pessimismo dei nostri tempi con un banchetto per vendere sorrisi. Battute, freddure, barzellette. «C'è molto stress nel mondo e voglio vedere un sorriso sui volti delle persone». La mamma, Kelsea McLaughlin, ha raccontato alla stampa che il figlio era rimasto colpito dal libro di freddure per bambini che lei stessa gli aveva regalato. «Se ne è innamorato e ha deciso di restituire quelle risate alla comunità». Già, la restituzione. In fondo è questa la via da percorrere per ripensare il fare impresa. *Giving back*, oggi più che mai, ne abbiamo bisogno.



Mattoncini per spiegare il virus

Messaggi costruiti su misura per i bambini e declinati in modo efficace grazie alla forza delle *brand community*. Per spiegare le restrizioni e l'isolamento casalingo, il primo ministro canadese, Justin Trudeau, si è rivolto qualche settimana fa direttamente ai bambini, ringraziandoli e scommettendo sul loro senso civico. Lo ha fatto in uno dei suoi briefing quotidiani. Poi è stata creata una traduzione di quel video fatta con i mattoncini Lego. L'idea geniale è stata di Tyler Walsh, giovane papà di Jack e Noah. Un video efficace per i più piccoli.

