

Responsabilità sociale L'impresa prima dell'imprenditore

Giovani Confindustria. Il 6 aprile l'assemblea del gruppo «L'azienda deve continuare, al di là del suo titolare» Digitalizzazione, iperconnessione, «realtà aumentata»

— Visione, missione, valori. E condivisione con tutti gli attori dell'impresa, dall'operaio all'imprenditore. È questa la linea di condotta che deve tenere un'azienda «per essere competitiva adesso, perché il futuro è già oggi», spiega Marco Manzoni, presidente del Gruppo giovani imprenditori di Confindustria Bergamo, in vista dell'assemblea dell'organizzazione, in programma il prossimo 6 aprile.

«Come Gruppo giovani – prosegue l'imprenditore – vogliamo contribuire con la nostra voglia di innovare e sperimentare al progresso dell'associazione. Oggi il concetto generale di continuità del business d'impresa deve fare i conti con la velocità del cambiamento, che implica anche la modifica di alcuni paradigmi. La domanda che ci poniamo è se le imprese, soprattutto le medio-piccole, siano pronte ad affrontare il contesto che cambia velocemente,

se esiste un modello di business che aiuta le imprese a evolvere continuamente. Se si ragiona in questa ottica, se si è in grado di vedere le opportunità che emergono dal cambiamento, allora la parola crisi viene cancellata».

«Se invece di pensare alla crisi, che vuol dire voltarsi indietro – sottolinea Manzoni –, si guarda in avanti e si colgono le opportunità, ad esempio di Industria 4.0, sotto questo cappello si accelera il cambiamento».

«Con digitalizzazione, iperconnessione, "realtà aumentata" (arricchimento della percezione sensoriale umana mediante informazioni convogliate elettronicamente, ndr) si trasferiscono in ambito industriale miriadi di possibilità di informazione sociale e di comunicazione al mondo del ruolo dell'azienda. E noi del Gruppo giovani – con la funzione di ricerca e sviluppo che abbiamo in ambito di Confindustria, con

possibilità di innovazione e sperimentazione, ma consapevoli della responsabilità di essere parte di una grande organizzazione – cerchiamo di esercitare un'attività pervasiva e tentacolare in ogni funzione di Confindustria. Un'attività che deve essere messa a terra, cioè resa concreta».

Il tema della «Continuità del business» sarà affrontato durante l'assemblea del Gruppo giovani, ricordando che «l'innovazione tecnologica prima parte dalle persone. Durante l'incontro cercheremo di capire se le imprese sono pronte al cambiamento, concetto che, prima di tutto, deve partire dalla testa di imprenditori e manager. Nella consapevolezza che la responsabilità sociale impone di mettere l'impresa prima dell'imprenditore. L'azienda deve continuare, al di là del suo titolare/fondatore, ha un indotto sociale fondamentale, per il quale deve andare avanti indipendentemente



Industria 4.0: per le aziende miriadi di nuove possibilità di informazione e di comunicazione

dal suo titolare». La velocità del cambiamento in corso impone un rapido adattamento, altrimenti si corre il pericolo di non leggere le opportunità ma di vedere solo i rischi. «Nel corso dell'assemblea – osserva il presidente del Gruppo giovani – daremo alcune «pillole», indicazioni per come l'impresa possa continuare nel tempo. Suggestivi per

umentare la lungimiranza, per allenarci a guardare il bicchiere mezzo pieno. C'è tutto un ambito di trasformazione e spostamento delle competenze e dei lavori che nessun robot potrà mai supplire. Le capacità di rinnovamento e inventiva rimangono saldamente nelle mani dell'uomo, che non può essere sostituito».

Una trasformazione dei ruoli e delle funzioni che implica «uno sforzo maggiore sul fronte della formazione continua, capitolo nel quale le aziende devono investire quotidianamente. Saremo chiamati a gestire le incertezze cogliendo le opportunità, a mutare competenze e lavori».

©RIPRODUZIONE RISERVATA

«Lavorare sodo non basta più Fermarsi per preparare il futuro»

Strategie

Marco Manzoni: oggi il consumatore è più innovativo dell'impresa e dice come creare un prodotto

Le imprese devono «trovare il coraggio di fermarsi – sottolinea Marco Manzoni – per pianificare le strategie d'impresa. Non esiste solo il concetto,

valido, del lavorare sodo. Occorre anche la capacità di fermarsi un attimo, per confrontarsi, manager e famiglia imprenditoriale, per una valutazione del business aziendale, dei suoi punti di forza e di debolezza. Il pensare alle strategie diventa un'esigenza primaria. Perché, se si alza lo sguardo, si prevede il cambiamento e non lo si subisce. Il paradigma di oggi è che il consu-

mamatore è più innovativo dell'impresa. È il consumatore che dice come creare un prodotto, come personalizzarlo. Si lavora in base alle sue richieste, a un costo che deve essere il più basso possibile». Un altro aspetto che Manzoni ritiene importante evidenziare è quello generazionale: «Per favorire una sinergia generale, occorre che ciascuna generazione abbia consapevo-

lezza del proprio ruolo all'interno dell'azienda. Il passaggio generazionale va pianificato, prevedendo in anticipo l'ingresso dei giovani, anche all'interno del «board» di gestione. Questo può favorire l'innalzamento delle competenze, la profilazione delle caratteristiche dei membri della famiglia imprenditoriale e l'individuazione di chi fa che cosa». Il cambio generazionale va



Marco Manzoni, presidente del Gruppo giovani di Confindustria

di pari passo con la «patrimonializzazione delle conoscenze, per evitare il rischio che queste restino confinate nella testa dell'imprenditore e non in azienda». Ultimo, ma non meno importante, tassello è la «condivisione; una volta creato il modello di business, questo deve essere comunicato e condiviso da tutti all'interno dell'azienda. È necessario avere il senso di quello che si sta facendo, per concentrare le energie verso obiettivi condivisi, con uno sforzo del management sul fronte della comunicazione. Purtroppo in alcune aziende questo non accade. E perciò spetta alle nuove generazioni farlo».