rimini meeting

meeting@meetingrimini.org
www.meetingrimini.org

47900 Rimini, via Flaminia 18
casella postale 106
tel. +39 0541 783100
fax +39 0541 786422

Comunicato stampa n. 56

MANAGEMENT E IMPRENDITORIALITÀ PROSPETTIVE DI UN CONNUBIO NECESSARIO

Negli incontri e dibattiti della XXXIII edizione del Meeting si discute moltissimo su cosa la politica debba fare per riavviare il motore dell'economia. Questa sera nell'incontro svoltosi nella sala C1 Siemens, in collaborazione con Unioncamere, il presidente CdO Bernard Scholz ha però spostato il focus del dibattito su un nuovo aspetto del problema: come il mondo dell'impresa affronta la crisi e su cosa può fare leva per uscirne. A parlarne sono stati Fabio Cerchiai, presidente Autostrade per l'Italia, Sandro De Poli CEO General Electric Italia, Roberto Snaidero presidente di FederlegnoArredo e l'ad di Invitalia Domenico Arcuri.

Secondo Cerchiai si deve ripartire dalla sua risorsa più importante: il capitale umano. "Non si può inseguire solo il profitto immediato o a brevissimo termine, perché un'impresa sostenibile deve avere la capacità di crescere e aumentare il suo valore nel tempo – ha spiegato Cerchiai – per raggiungere questo obiettivo bisogna fare crescere ogni giorno la partecipazione di tutti i dipendenti a vita e mission dell'azienda". Il manager usa una metafora calcistica. "Un fuoriclasse da solo non vince il campionato, solo una squadra motivata e unita lo mette nelle condizioni di esprimersi al meglio per se stesso e per gli altri. Infatti, un capitale o delle risorse economiche o finanziarie hanno un valore solo se esistono degli uomini che sanno metterli a frutto".

Sandro De Poli, in qualità di manager di una grande multinazionale, punta invece la sua attenzione sullo scenario internazionale e sugli effetti della globalizzazione. "Oggi il mondo cambia rapidamente. Negli ultimi dieci anni è stato un susseguirsi di avvenimenti. Le torri gemelle, Paesi emergenti, contrazione del mercato europeo, ci hanno costretto a cambiare. La capacità di modificarsi è la carta vincente di un'azienda moderna. Noi investiamo moltissimo in formazione. Siamo sempre alla ricerca di nuovi talenti in tutte le università del mondo. Oggi a dirigere il nostro settore trasporti ferroviari, un business da sette miliardi di dollari, c'è un giovane italiano di 38 anni, in azienda con noi dal 2005. Scoprire nuove capacità e metterle nelle condizioni di esprimersi, consente a GE di mantenere il passo coi tempi".

L'intervento di Roberto Snaidero si concentra invece sul difficile rapporto con il mercato internazionale, "il più grave problema del comparto dell'arredo e della lavorazione del legno". "Le banche ci chiudono i fidi e non abbiamo appoggi istituzionali per entrare nei mercati esteri. Nel frattempo riceviamo inviti per delocalizzarci all'estero, in paesi dove non c'è il 75 per cento di tassazione e le pratiche per aprire uno stabilimento si svolgono in un giorno". Negli stabilimenti Snaidero lavorano cinquecento persone, ma Federlegno rappresenta 2600 aziende con una media di 25 dipendenti ciascuna. "Da soli è difficile uscire dalla crisi. Per farlo c'è bisogno di uno sforzo e un impegno collettivo".

Domenico Arcuri ad di Invitalia non ha paura del rischio di "affermazioni politicamente scorrette" e offre una lettura della situazione inusuale. "Tutti parlano degli effetti della crisi e in pochi si riflette sulle sue ragioni. Non farlo significa correre il rischio di ripetere gli errori del passato o trovare solo soluzioni temporanee". Quindi cita il libro di una giornalista francese, Florence Noivelle. "Ho

studiato economia e me ne pento". Nel volume la Noivelle elenca le tre cause principali della crisi, tutte condivise da Arcuri. Eccesso di debito finanziario, eccesso di marketing, cioè la creazione costante di nuovi bisogni, un sistema educativo e formativo inadeguato. "Non so se stiamo vedendo la luce al termine del tunnel, ma credo necessario per l'industria italiana assumere un atteggiamento diverso dal passato. Non orientarsi più sull'offerta, ma fare i conti con la domanda". Insomma non creare nuovi bisogni ma rispondere, finalmente, a quelli esistenti. Un modo diverso di vedere la situazione, ma anche questa è un tecnica manageriale. Si chiama visione laterale. Si guarda il problema da un punto di vista diverso e si trova una soluzione nuova. Spesso funziona.

(M.B., C.B.)
Rimini, 21 agosto 2012