

IL PROGETTO “Bisogna passare dall’azienda tuttologa alla collaborazione tra imprese”

Sinergia per contenere la crisi

Nei due incontri si è chiarito, da parte di tutti i relatori, come la soluzione stia nell’innovazione

Marcantonio Viali

ROVIGO - “L’idea vincente deve innovare non solo l’impresa che la applica, ma tutto il mercato. Basti pensare all’immagine che promuove questa serie d’incontri, il cuscino-airbag: ci sono coloro che vedono nel cuscino non solo un momento di riposo, ma magari ci immaginano un airbag”. Così Renzo Moro, direttore delle politiche di innovazione e sviluppo di Unindustria Rovigo ha sintetizzato l’idea fondante del ciclo di seminari Le cinque leve dell’innovazione, organizzati da Spina (lo Sportello tecnologico dell’area innovazione di Unindustria) in collaborazione con Ibm e svoltisi presso la sala conferenze della Fondazione Cariparo il 19 e 26 novembre.

Lo stesso Moro aveva affermato come “le aziende non possono piangersi addosso né adagiarsi aspettando tempi migliori, ma è proprio in questo momento di recessione che devono riprogrammare la loro attività a partire da idee e progetti forti”. Un’intenzione portata avanti attraverso il confronto con personalità di rilievo quali Giorgio Merli e Filippo Fabrocini, entrambi in forza al management di Ibm, così come Marcello Bardi, consigliere di Ailog (Associazione italiana di logistica): sono

stati loro i protagonisti delle due lezioni che avevano per tema l’innovazione nei modelli di business.

Entrambi gli appuntamenti hanno affrontato argomenti specifici, legati alle peculiarità dei rispettivi relatori: la prima lezione, tenuta da Merli e Fabrocini si è rivolta all’innovazione di prodotto-servizio e modelli di business nonché all’implementazione di soluzioni collaborative tra dipendenti, fornitori e clienti finali. Nel secondo incontro sempre Fabrocini e Bardi si sono invece concentrati sulle soluzioni di supply chain management e il loro impatto sull’organizzazione aziendale.

Il primo passo rivolto verso un pensiero innovativo è stato venduto fino a oggi come bene fisico quale servizio, dando così agli imprenditori una carta importante da giocare quando, per varie ragioni, la domanda dei loro prodotti inizia a scendere. I mercati sono sempre più saturi mentre la domanda di beni materiali è già da tempo in discesa; analizzando i Pil di tutti i paesi industrializzati, ma anche di realtà in prepotente ascesa quali Cina e India, appare evidente l’aumento nella



Le cinque leve dell’innovazione Un momento della conferenza

vendita dei servizi, di contenuto immateriale non condizionato dal prezzo delle materie prime e dai costi di trasporto. Questa è la conseguenza del passaggio dalla logica di una produzione locale distribuita a livello nazionale, peculiare degli anni ’70, a quella globale e consegnata in tutto

il mondo di oggi: un processo graduale attuato in più passaggi di delocalizzazione produttiva, nel quale le tecnologie informatiche hanno avuto un ruolo di primo piano. Parlando di innovazione in senso lato bisogna considerare come i volumi produttivi delle Pmi italiane



siano più bassi dei competitori stranieri e non permettano massicci investimenti in nuove tecnologie e impianti produttivi. Le nostre piccole e medie imprese sono così costrette a rivolgersi all'esterno, a industrie specializzate, con lo svantaggio di mantenere un basso grado di verticalizzazione dei loro processi produttivi e un'elevata complessità nella gestione delle operazioni lungo la filiera. Bisogna poi considerare le contingenze del momento storico per cui molte aziende non sono capaci di gestire i mutamenti che si sono susseguiti a livello tecnologico, ma soprattutto economico.

Nel contesto appena delineato è fondamentale innovare il modello di business, andando a modificare gli asset interni alle imprese e le loro relazioni con

l'esterno, infatti se in passato queste lavoravano in solitudine, in guerra con i concorrenti, oggi conviene cambiare strategia. Come hanno più volte sottolineato tutti i relatori nel corso dei loro interventi "bisogna passare dall'azienda 'tuttologa' alla collaborazione tra imprese specializzate, dove io faccio quanto so fare meglio e lascio il resto agli altri", creando quella che, in gergo tecnico, è definita supply chain.

Tesi sostenuta in entrambi i seminari, con i quali Unindustria ha voluto iniziare un percorso di formazione che, dalla generazione delle idee, arriva all'analisi dei nuovi mercati, perché "la logica di stare alla finestra ad aspettare - ha affermato ancora Moro - non ha futuro, ma ci sarà sempre spazio per gli innovatori".