

## “Inspiring ideas”: parole non a caso

La 7a edizione italiana del World Business Forum organizzato da HSM si è confermata, in linea con il proprio claim “Inspiring ideas”, luogo ideale per aggiornarsi su ciò che caratterizza il mondo in cui lavoriamo e viviamo, lasciandoci spunti di riflessione molto interessanti.

### Perini Journal

Lo scorso ottobre a Milano nell'Auditorium di Fieramilanocity, di fronte ad una platea imprenditoriale composta da quasi 2.000 persone, si è svolto l'evento di formazione manageriale per eccellenza organizzato da HSM. Dopo la lunga e dolorosa fase di recessione economica che ha coinvolto tutto il mondo, stiamo assistendo a primi e timidi segnali di ripresa e i prossimi mesi dovranno poter animare queste flebili fiamme ed accogliere con prontezza le sfide che una nuova crescita ci potrà porre di fronte. In una realtà globale che sembra aver subito uno shock, lanciare dei messaggi positivi è un tentativo stimolante per indurre un cambiamento dello stato attuale.

Stare fermi non serve a niente e a nessuno. È fondamentale essere pronti e reattivi, cogliere i segnali, re-inventare il proprio ruolo economico e il proprio business, essere in grado di prevedere il futuro ed individuare una giusta strategia di lungo periodo. Aprire la mente, ampliare gli orizzonti, invitare a rimettersi in gioco, suggerire dinamiche alternative... ecco

quello che fa un Forum destinato alla business community, come quello dell'HSM.

**RAM CHARAN, CONSULENTE DEI GRANDI CEO ED ESPERTO DI “ESECUZIONE”** suggerisce di allenarsi (“fare pratica”) al lavoro di squadra quale modulo vincente; parla di disciplina, regole, complessità dei mercati, priorità nette e obiettivi chiari da raggiungere senza distrazioni. Suggerisce di comunicare limpido e sincero al proprio team, di far partecipare gli altri invitandoli a suggerire idee; parla di persone, di competenze, di doti e talenti e di “fare pratica” nell'individuare in modo da “mettere le persone giuste nei lavori giusti”. Parla di tempo e velocità: sincronizzare tutto il meccanismo è basilare perché la velocità è il fattore che distingue scelte/aziende buone da quelle meno buone. Un meccanismo che funziona bene genera eccellenza, successo ed energia in modo contagioso.

**DON TAPSCOTT, ESPERTO DI INFORMATION TECHNOLOGY**, affronta il tema “Wikinomics”: come internet e la digitalizzazione abbiano cambiato il mondo, interferendo sullo sviluppo tecnologico, politico, sociale ed economico di tutte le società. Le vecchie istituzioni sociali ed economiche sono in un completo stato di atrofia di fronte ad un fenomeno che le ha totalmente spodestate dei loro privilegi. Il sistema oligarchico capitalista è crollato di fronte al potere democratico della rete, le istituzioni così come oggi le conosciamo non sopravvivranno: il vecchio sistema industriale basato sull'isolamento delle informazioni sta cedendo il passo a un mondo post industriale pieno di nuove opportunità. Vincono i giovani e chi riesce a seguirli in questa corsa veloce verso il futuro, vince l'interattività, la personalizzazione, i blog. Vince il modello di azienda aperta, i rapporti trasversali rispetto a quelli verticali, la diversità e la collaborazione, l'interdipendenza. Sfruttando le potenzialità dei nuovi mezzi di comunicazione e favorendo lo scambio di informazioni e la condivisione della proprietà intellettuale si possono raggiungere più facilmente i propri obiettivi.

**SECONDO FRANCIS FUKUYAMA PROFESSORE DI POLITICA INTERNAZIONALE**, la storia e la crisi di questi ultimi anni ci hanno confermato che il sistema capitalista non è affatto in grado di auto-regolarsi.

I grandi mutamenti radicali dei prossimi anni legati alla società civile globale e allo sviluppo dell'informatica democratizzata costringeranno il comparto pubblico e quello privato ad adattarsi, il settore biomedico, la crescita demografica e la crisi dell'identità dei singoli porteranno a sua volta nuove problematiche e squilibri insospettabili:

“Dobbiamo essere consapevoli dei cambiamenti in corso e sostenere un mondo più partecipativo e democratico”.

**UN FUTURO PROFICUO E UN BUSINESS VINCENTE SONO RAPPRESENTATE DA UN “OCEANO BLU” SECONDO RENÉ MAUBORGNE.** Attuare una strategia che, trovando un giusto equilibrio con la produttività, punti sulla creatività. Non perdere di vista variabili “produttive” come costi, qualità, logistica, efficienza e cicli ma creare crescita, innovazione

e nuovi business. Nei periodi di difficoltà la creatività è la variabile che fa la differenza e permette di superare e vincere le sfide evitando l'omologazione "suicida" degli oceani rossi. Mettendo in discussione la struttura del proprio comparto si possono individuare i "non clienti" da catturare. Una giusta strategia crea nuova domanda, rivoluzionando la competitività del mercato e garantendo una crescita incontrastata in spazi alternativi.

**DAVE ULRICH, CI PARLA DI SINGOLI (LEADER) E DI GRUPPO (LEADERSHIP)**, di interno ed esterno. Una leadership che fa la differenza crea valore per i dipendenti, per i fornitori, per i clienti e per l'intera comunità. Una buona leadership si riconosce all'interno dell'azienda in quanto è basata sulle competenze del leader e della squadra dirigenziale, ed è talmente forte che all'esterno presenta il proprio leader come una "celebrità" e costruisce una brand image della leadership altrettanto consolidata in grado di distinguersi da quella dei suoi competitors. Alla base di una buona leadership ci sono degli ottimi strateghi ed esecutori, dei manager di talento e del capitale umano su cui investire.

**NASSIM TALEB PARLA DI TASSO DI RISCHIO ED ERRORE, DI EVENTI NON PREVEDIBILI (I CIGNI NERI)** ai quali dobbiamo comunque essere preparati: "essere robusti come un libro, piuttosto che fragili come un laptop sotto un getto d'acqua".

Viviamo in extremiliandia: un mondo in cui i rari cigni neri hanno un'incidenza incredibile sulla nostra vita economica e sociale. Dobbiamo essere specializzati e combattere le classi di ridondanza: un sistema troppo ottimizzato aumenta il suo livello di fragilità. Vincono i consigli negativi e "la paranoia è la miglior strategia di investimento": non fate debiti, non fate perdite... sarà comunque un guadagno.

Parole non a caso. "Inspiring ideas", che ci hanno fatto effettivamente riflettere e vogliamo pensare che avranno lo stesso effetto su di voi. •

*HSM World Business Forum 2011: Milano 9-10 Novembre, per maggiori dettagli: [info.it@hsmglobal.com](mailto:info.it@hsmglobal.com)*

### LA PRATICA DELLE "INSPIRING IDEAS": I BUSINESS CASE.

Dai business case Geox ed Elica, due aziende italiane di successo, escono parole come passione, impegno e coraggio. La fortuna di aver preso decisioni in grado di generare una reazione a catena di buone opportunità e di sviluppo generale: aziende aperte, vincenti e moderne che innovano con continuità e fanno scelte "creative" di business e anche di politica sociale.

**Francesco Casoli**, Presidente Esecutivo del Gruppo Elica, che all'HSM impressiona la platea con la sua energia, ha tradotto in 10 comandamenti i principi ai quali si ispira ancora oggi l'attività del Gruppo:

1. Gestire le persone perché siano queste a gestire le cose.
2. Delegare, delegare, delegare.
3. Lavorare per obiettivi.
4. Perseverare, perseverare, perseverare.
5. Premiare l'assunzione del rischio e della responsabilità.
6. Sponsorizzare team autogestiti di risolutori di problemi.
7. Puntare all'impossibile.
8. Abbattere la mentalità burocratica.
9. Comunicare, comunicare, comunicare.
10. Non rendere l'azienda troppo complessa.

E anche la seguente Dichiarazione di Valori ci sembra interessante e rappresenta il punto di riferimento per tutte le loro attività.

- Amare i clienti e servirli con passione. - Pensare innovativo. - Facilitare il coinvolgimento di chiunque nel proprio lavoro. - Avere e trasmettere energia totale. - Darsi e aggredire sempre nuovi obiettivi. - Essere curiosi e non smettere mai di imparare. - Avere voglia di vincere. - Vedere nel cambiamento un'opportunità. - Combattere per ridurre i costi e semplificare il lavoro.

**Mario Moretti Polegato**, Presidente e fondatore del Gruppo Geox, spiega la politica aziendale focalizzata sul prodotto e di forte valorizzazione dell'innovazione tecnologica protetta da brevetti. Racconta come è giunto, a metà degli anni '90, all'invenzione della calzatura con suola in gomma impermeabile e traspirante. Parla di innovazione, di brevetti e di "Proprietà Intellettuale"; di come a seguito di un'idea apparentemente banale ha saputo sviluppare un brand tra i più importanti al mondo in grado di coniugare moda e tecnologia.

L'aver brevettato e attuato soluzioni innovative e tecnologiche assieme all'impiego di particolari materiali sono, infatti, l'elemento distintivo di Geox.