

IL LIBRO

"Gestire il business fluido": ecco come le aziende devono guardare al futuro

Raffaella Salamina



■ "In una battaglia di tutti contro tutti le aziende sono condannate a crescere per sopravvivere. L'aumento del fatturato, l'incremento della quota di mercato, lo sviluppo di nuove marginalità non sono opzioni riservate a chi abbia chissà quali ambizioni: sono la condizione essenziale per muoversi in un contesto competitivo nel quale chi non cresce, o non lo fa abbastanza, rischia di sparire". Sembra quasi l'incipit di un romanzo di fantascienza distopica e invece è uno dei passaggi chiave di un saggio molto concreto e diretto, dato recentemente alle stampe da **Hoepli**, che fotografa la realtà attuale delle aziende italiane, ne raccoglie le testimonianze più significative e propone una serie di modelli possibili non solo per uscire dal pantano, ma per "prosperare nell'epoca dell'incertezza". Si chiama *Gestire il business fluido* e lo hanno scritto cinque tra i più qualificati esperti italiani in materia di management: Michele Bruno, Pietro Butté, Gabriele Galeani, Vincenzo Natile e Guido Tarizzo. Internazionalizzare, managerializzare, innovare. Ma soprattutto non accontentarsi mai di galleggiare nel pro-

prio mercato, ritenendo, chissà perché, che non cambiando nulla i risultati rimarranno invariati. "Il cambiamento - si legge - non è un evento eccezionale, è inevitabile: bisogna saper cambiare per assicurare all'impresa sopravvivenza e successo nel tempo. Ma non basta cambiare, occorre anche essere veloci nel farlo: in un mondo che cambia rapidamente l'accelerazione è fondamentale". Non a caso, tra le pieghe del testo emerge una figura carismatica, l'executive interim manager, che sempre più spesso richiedono le aziende che comprendono di dover fare una sterzata decisa verso un futuro più promettente. Assomiglia a una sorta di Mister Wolf, chiamato per innescare il cambiamento integrando per un circoscritto periodo di tempo la struttura di vertice dell'azienda e per gestire il processo di transizione dall'assetto attuale a quello futuro sulla scorta di una consolidata esperienza internazionale. Il saggio può costituire da lettino dello psicologo per i nostri imprenditori, specie per i self made men che sulla scorta delle loro intuizioni hanno dato grande linfa alla nostra economia qualche decennio fa e che oggi si rifiutano di aggiornare il loro modello di business. Secondo uno degli autori, Guido Tarizzo, "bisogna utilizzare questo libro come uno specchio, guardando come si è rispetto ai casi presentati e ai modelli prospettati. La figura dell'imprenditore solo al comando, specie in un'azienda di piccole dimensioni, è l'immagine di un modello che limita la crescita. E non basta aprire al cambio generazionale: serve un'articolazione diversa".



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.