

# Serve un cambio di passo culturale

Anche se la dimensione aziendale non è grande, l'imperativo deve rispondere al nome di innovazione e tecnologia informatica. Soltanto così si potrà arrivare a tutti i mercati, anticipando esigenze e bisogni. L'analisi di Alberto Bobbo, presidente regionale di Aicq  
Teresa Bellemo

I tempi sono maturi perché tutte le realtà economiche affrontino in maniera seria e coraggiosa il tema dell'innovazione tecnologica. Si tratta di fare un passo avanti dal punto di vista dell'innovazione di prodotto e di processo in modo da coinvolgere tutte le organizzazioni a ogni livello. L'innovazione, infatti, deve aiutare a recepire le esigenze del cliente e del mercato in generale, riuscendo ad anticiparle e generando desideri più che risposte a bisogni. Sviluppare conoscenza e creatività grazie a un ciclo di sviluppo sempre più breve, condiviso e distribuito all'interno dell'organizzazione, consentirebbe alle aziende di andare oltre l'instabilità economica che stiamo vivendo in questi ultimi anni, riuscendo, nel migliore dei casi, a trarre valore dalla crisi. Infatti è proprio sfruttando la tecnologia e aumentando la qualità che si riesce a competere con i paesi emergenti, che oggi stanno aggredendo i mercati più maturi, ma che possono anche essere potenziali nuovi mercati. È questa la sfida del presente e dell'immediato futuro per le tante aziende venete e italiane che stanno affrontando con fatica questo momento di crisi. Ne parla Alberto Bobbo, presidente dell'Associazione italiana cultura della qualità del Veneto.

**Quali potrebbero essere le direttrici dell'innovazione lungo le quali muoversi per incrementare la qualità dei prodotti?**

«Non posso non citare il benchmarking, ma soprattutto il modello Efqm, come riferimento per il management dell'organizzazione. Allo stesso



tempo non posso non indicare come necessario lo sviluppo delle tecnologie informatiche e della comunicazione come elementi imprescindibili per l'innovazione sostenibile del nostro sistema paese. Ho avuto l'occasione di conoscere alcune significative eccellenze nel Nordest, ma la strada che il nostro sistema economico deve fare è ancora molta. Manca ancora uno strato culturale, mancano infrastrutture diffuse, manca la consapevolezza che la qualità dei prodotti passa per la capacità di sviluppare conoscenza, ovvero idee originali e riconoscibili. Il made in Italy e lo stile italiano sono sicuramente ancora desiderati in tutto il mondo, ma non si può pensare di non innovare anche la visione che gli altri paesi hanno dell'Italia. Dobbiamo ricostruire una tensione collettiva alla competizione internazionale e alla conoscenza dei mercati».

**Quanto le tecnologie informatiche possono semplificare il lavoro delle aziende venete, facendo da volano per la ripresa economica?**

«I paradigmi tecnologici continuano a perseguire due obiettivi essenziali: incrementare l'efficienza

nelle aziende e generare nuove condizioni di business, ma le aziende venete su questo tema corrono a due velocità sempre più divergenti. È vero che il nostro tessuto di imprese è costituito da micro e piccole aziende, qualcuna di medie dimensioni, e da un numero risicatissimo di grandi aziende, ma non è questo il principale problema. Il problema sono le infrastrutture, la cultura informatica e manageriale. È indispensabile per la competitività del nostro Paese investire su questo fronte, altrimenti continueremo a soffrire ancora per molto tempo».

**Quali sono allora le principali mancanze delle aziende venete sotto questo punto di vista?**

«Le aziende venete mancano di processi strutturati di gestione delle risorse umane e dei servizi informatici coerenti con le strategie e con i mercati in cui operano. Questo comporta essenzial-

mente un gap di competitività che comincia a essere rilevante. Nel marzo 2012 come Aicq Tri-veneta abbiamo presentato presso la sede di Confindustria Vicenza una interessante analisi sullo stato dell'arte della gestione delle risorse umane che ha messo in evidenza come nelle aziende venete, ma non solo, la crescita delle competenze aziendali non sia coerente con obiettivi e strategie di business e non preveda un budget per il suo sviluppo. Certo, vi sono delle eccellenze che hanno una buona cultura informatica, ma sono ancora poche. Un progressivo ricambio generazionale e un abbassamento dell'età media all'interno delle aziende potrebbe indubbiamente agevolare la diffusione dell'uso delle tecnologie informatiche a livello più capillare».

**Quali sono oggi nella realtà veneta i settori che dimostrano maggior dinamismo sul fronte dell'innovazione e dell'attenzione alla qualità?**

«Vedo soprattutto una grossa differenza in termini di mercato di riferimento. Le aziende che si rivolgono ai mercati esteri hanno un continuo confronto con operatori di altri paesi e sviluppano maggiore dinamismo sia sul fronte dell'innovazione che sul fronte della valorizzazione della qualità. La situazione è quindi a macchia di leopardo, ma direttamente proporzionale al grado di competitività delle aziende e quindi ai mercati in cui le nostre aziende competono. Recentemente ho conosciuto una piccola realtà di circa 35 dipendenti, di estrema eccellenza nel settore di riferimento e ad alto contenuto tecnologico, con un fatturato composto per il 90% di estero e per il 10% di Italia. Queste sono le realtà cui mi riferisco che riescono a competere e primeggiare in un mercato internazionale».



In apertura, Alberto Bobbo, presidente dell'Associazione italiana cultura della qualità del Veneto