

meta

insieme • attraverso • oltre

EDITORIALE

Innoviamo anche noi



La reputazione è un valore importante, soprattutto per il professionista.

Il successo di un progetto come il successo di un'azienda possono essere assunti a riferimento del successo professionale del consulente. Se questo è vero, è vero anche che insuccessi in progetti e posizionamenti competitivi dei clienti non concorrono d'altro

canto a farne crescere la reputazione. Si è legati a filo doppio ed oggi il nostro sistema Paese non vive un bel momento nel mercato mondiale....

Ha quindi senso guardare in modo disincantato ai driver della competizione globale per comprendere il valore aggiunto a noi richiesto nel nuovo scenario competitivo.

Se ogni organizzazione, a qualsiasi livello, si confronta con la propria capacità di relazionarsi con contesti non noti, utilizzando sistemi tecnologici sempre più sofisticati nei contenuti e semplici nelle forme di utilizzo, cresce la comune consapevolezza che quel driver competitivo è sempre più direttamente connesso alle competenze delle persone, alla loro capacità di conoscere, relazionarsi ed entrare in empatia con contesti nuovi.

Ciò è vero dentro e fuori all'azienda, tra i manager e nel mondo professionale, nella comune ricerca di modelli e best practices su cui informarsi, formarsi, operare ed innovare.

La Bridging Community della consulenza, quale ponte fra le diverse culture manageriali della società globale, ed all'interno delle stesse tra i diversi attori, richiede attenzione alle competenze ed alla reputazione dei consulenti così come dei manager coinvolti in specifici progetti.

In questo contesto ogni comunità professionale vive un momento di cambiamento finalizzato a produrre nuove risposte a questa crescente domanda di competenze, in termini di direzioni verso cui orientarsi e sinergie da attivare tra i diversi soggetti coinvolti.

Condivido l'assunto che vuole la ricerca quale capacità di trasformare denaro in know how e l'innovazione invece la capacità di trasformare know how in denaro. A differenza di tanti accademici, il consulente non appartiene certamente alla categoria dei ricercatori mentre diventa punto di riferimento fra gli innovatori. E' innovatore in quanto vive il cam-

biamento, vive con i protagonisti nei contesti che lo favoriscono e lo rendono possibile. Il vissuto esperienziale, il coinvolgimento diretto, l'esserci è il presupposto che consente di cogliere il nuovo, di implementare nuove soluzioni.

Ciò impatta oggi il vissuto associativo ed il ruolo stesso delle Associazioni come ambiti, piattaforme culturali e relazionali che rendono possibile lo sviluppo delle competenze, il coinvolgimento diretto, la sperimentazione.

Proseguendo la propria riflessione sulle direttrici dello sviluppo associativo avviato in occasione dell'anniversario dei propri 40 anni di storia, APCO dopo aver dato voce nello scorso numero di META ad alcuni protagonisti della Consulenza Manageriale, in questo numero amplia lo scenario per coinvolgere i Presidenti di tre fra le più autorevoli Associazioni professionali Italiane, Michele Cimino di ADICO (Associazione Italiana per il marketing, le vendite e la comunicazione), Mario D'Ambrosio di AIDP (Associazione Italiana Direttori del Personale) e Pier Sergio Caltabiano di AIF (Associazione Italiana Formatori), sulle dinamiche in atto nei propri ambiti professionali e su come queste impattino l'offerta associativa.

Emerge energia positiva; l'intuizione di ieri diventa un imperativo oggi: vivere l'appartenenza associativa come "una esperienza utile al proprio successo professionale".

A dire il vero se si è già accennato al link tra competenze e risultati, non ci si sofferma abbastanza invece nel concetto di "esperienza". In assenza di riferimenti, vivere la condizione di innovatore comporta un maggiore coinvolgimento diretto. Non è più sufficiente informarsi, imparare. Occorre esserci, partecipare, sperimentare, ed il mondo associativo diventa l'ambito ideale che rende possibile tutto ciò. Sono alcuni degli stimoli presenti nelle pagine che seguono insieme ad un bisogno di comunicazione e relazione tra i diversi mondi professionali, già presente all'interno dell'impresa e che comincia ad avviarsi oggi verso percorsi virtuosi anche nell'ambito del mondo Associativo del nostro Paese.

Francesco D'Aprile 
Presidente APCO
presidente@apcoitalia.it