

meta

insieme • attraverso • oltre

EDITORIALE

Di fronte all'incertezza



Nel 1929 Sigmund Freud pubblica "Il disagio della civiltà": un'impetosa analisi della società moderna dove afferma che: "l'uomo civile ha scambiato una parte delle sue possibilità di felicità per un po' di sicurezza". Settant'anni più tardi Zygmund Barman nel volume "La società dell'incertezza" rileva che "gli uomini e

le donne postmoderni scambiano una parte delle loro possibilità di sicurezza per un po' di felicità". Il cammino fatto in questi anni si è tradotto nella progressiva costruzione di quelle che vengono chiamate "fabbriche" dell'ordine e delle certezze dalle quali si è cercato via via di evadere per cogliere condizioni crescenti di felicità.

Proseguendo in questo percorso, se consapevolmente escludiamo dalla riflessione le dinamiche trascendenti legate alla fede, sembra che l'uomo del 2009 non sia più nelle condizioni di scegliere di scambiare sicurezze per acquisire felicità in quanto non dispone più di certezze, e non disponendo più di certezze non ha più merce di scambio; La non disponibilità di certezze è diventata "la" condizione dell'uomo contemporaneo.

Il primo dato certo prodotto dalla crisi economica e finanziaria attuale è il venir meno delle certezze e dell'autorevolezza di quelle "fabbriche" dell'ordine che hanno regolato la società occidentale – e non solo – negli ultimi 60 anni. Di qui la condizione di inadeguatezza, panico, e di chiusura che pervade molte scelte individuali e collettive. Si corre verso la continua ricerca di protezione in qualsiasi contesto dell'agire sociale ed economico.

Il sistema finanziario così come il sistema delle imprese reclamano interventi utili a ridurre i costi, scaricando così dalla sfera aziendale a quella pubblica il costo di errori ed inefficienze, con il serio rischio di evolvere, a detta di alcuni, da rischi di default di imprese verso il rischio di default di Stati sovrani.

Va tutto bene, ma ...occorre uno scatto, un momento di onesta discontinuità. Nuovi scenari richiedono nuove visioni imprenditoriali, della stessa natura di quelle che hanno impegnato le scelte degli imprenditori del nostro Paese che hanno realizzato il così detto "miracolo italiano".

La capacità di cogliere il nuovo che emergeva, insieme alla determinazione nell'individuare soluzioni praticabili ed

accessibili, è stata la chiave del posizionamento strategico di migliaia di imprenditori italiani.

Il sistema della consulenza ha intercettato il know how disponibile, ne ha implementato di nuovo insieme all'Università, ha infine lavorato a fianco di tanti imprenditori e managers nella definizione e sviluppo di progetti che si sono poi rilevati di successo.

Pur partendo da un contesto di diffuso disagio, si viveva in una condizione di apertura, di disponibilità; la stessa che oggi – in momenti di crisi - vivono operatori, studenti e consulenti nei Paesi "non occidentali". Loro non hanno la nostra autoreferenzialità, e questo li rende attenti ed aperti nel vedere e cogliere nuove opportunità.

Un solo esempio: Pietro Gennaro, in un'intervista ad APCO nel giugno 2008, lamentava la scarsa sensibilità del mondo della consulenza italiana (e di conseguenza del sistema imprenditoriale) verso le concrete prospettive connesse al business dell'energia e dell'ambiente; due mesi fa nell'aeroporto di Bruxelles tutta la pubblicità proposta, indipendentemente da marchi e da prodotti reclamizzati, sottendeva dinamiche energetiche ed ambientali; viaggiando in treno da Shanghai a Hangzhou in un tragitto di oltre 250 km, osservo oggi decine di migliaia di case tutte dotate di pannelli solari. Altrove nel mondo ci sono posti in cui ancora si discute, in modo autoreferenziale, ma si discute, e discutendo si chiedono soldi per contenere le perdite legate allo sviluppo di modelli di business obsoleti.

Crisi e conseguente condizione di incertezza si rivelano oggi una magnifica occasione per operare nuove scelte strategiche ed imprenditoriali utili a cogliere nuove opportunità. Ho colto direttamente sia in Bulgaria che in Cina – due Paesi così diversi - la stessa determinazione di imprenditori nel porsi rispetto a questi nuovi scenari come di fronte ad opportunità fino a ieri inimmaginabili, sicuri di evolversi finalmente dalla condizione di paesi-fabbriche di prodotti a basso costo verso players con – almeno - pari dignità in nuovi settori di business. Sono aperti, si formano all'estero, non hanno paura di giocarsi la loro partita da protagonisti.

Francesco D'Aprile 
Presidente APCO
presidente@apcoitalia.it

Pag II Si fa presto a dire... "faccio il consulente di management"; Pag V Manager atipici o colletti soli?;
Pag VI Irriverisco – ...è la Strategia...bellezza!!