

meta

insieme • attraverso • oltre

EDITORIALE

Fari nella notte



Dicembre 2008: 40 anni di Apco – Associazione Italiana dei Consulenti di Direzione - celebrati in piena crisi finanziaria ed economica dei mercati globali. Celebriamo un percorso, il valore generato dalla consulenza di management nel sistema economico italiano mentre si fa fatica a trovare la bussola che segni il cammino futuro.


Ogni categoria professionale, economica e sociale vive, soprattutto nel mondo occidentale, la stessa difficoltà. Avvertiamo la mancanza di un comune alfabeto che consenta di scrivere comuni prospettive. Agenzie riportano che la Cina crescerà nel 2009 dell'8% contro il 10-12% del 2008 nello stesso momento in cui il telegiornale annuncia che la stima di crescita dell'Italia per il 2009 è pari a -1% ed il Giappone, così come l'Europa, è in recessione tecnica. Le tre notizie appartengono tutte alla categorie di notizie negative...ma dicono la stessa cosa? Come interpretarle? Se è chiaro come gli effetti di questa crisi condizioneranno le scelte delle imprese, gli stili di vita ed i comportamenti di acquisto dei consumatori occidentali, nulla si dice su come le stesse dinamiche impatteranno su imprese, stili di vita e comportamenti di acquisto di consumatori e soggetti economici che possiamo considerare target in Paesi come Russia, Emirati Arabi, Cina ed India. Tra le ragioni possibili, una emerge tra le altre: non si dispone di un sufficiente bagaglio di conoscenze utili ad interpretare quello che accade. La società occidentale padroneggia la propria cultura e segna i propri limiti di comprensione su quello che occidentale non è.

Lo sviluppo economico del dopoguerra ha visto una dinamica diversa: si è importata cultura manageriale anglosassone; si è adottato un comune alfabeto. La consulenza di management ha giocato un ruolo da protagonista. Piero Gennaro, che insieme a Tagliacarta ha introdotto il Marketing in Italia, in un'intervista video rilasciata ad APCO nel maggio 2008, e scaricabile dal sito www.apcoitalia.it, ricorda: "Per lo sviluppo economico del nostro Paese ha giocato il collegamento con altre culture, in particolare inglese ed americana da parte dei nostri capi azienda, ed i consulenti hanno aiutato a capire cosa stava succedendo" ed ancora ... "noi spesso facevamo i docenti, ma eravamo estremamente consapevoli dell'importanza di conoscere le esperienze altrui; successivamente, in generale, c'è stata forse

una carenza culturale, non ci si è posti il problema generale di capire come andava il mondo". Ancora, alla domanda se il consulente possa avere un ruolo da protagonista insieme all'imprenditore nel governare lo sviluppo, risponde: "Assolutamente sì: gli imprenditori più intelligenti ed aperti lo capiscono; quelli che non sono aperti al cambiamento poi ne pagano le conseguenze prima o poi, possono avere una tranquilla posizione di governo della loro impresa perché fruiscono dei benefici di innovazioni prodotte in passato, e si illudono di continuare sempre senza rendersi conto del mondo che sta cambiando intorno a loro; ed i consulenti sono degli interpreti dei cambiamenti del mondo, molto utili per l'uomo intelligente che li vuole sentire". A maggio 2008 non c'erano le evidenze di oggi... Fino a non molto tempo fa l'America era considerata il "Nuovo Mondo"; dal novembre 2008 è sempre più vicina alla "Vecchia Europa" mentre sappiamo che il nuovo si muove verso Est.

Ci sono insegnamenti da trarre per guardare avanti con energia e fiducia: ieri come oggi ritorna il problema del gap culturale da superare perché due mondi si comprendano, interagiscano, inneschino modelli di business che aprano nuove prospettive di crescita. Anche nel business bisogna ritrovare un linguaggio di comune comprensione. E' notizia di questi giorni che la Regina di Giordania ha utilizzato Youtube per promuovere video utili a rimuovere pregiudizi verso la cultura mediorientale. Il suo video "Mandami il tuo pregiudizio" con oltre un milione di accessi, il successivo con 1,5 milioni fanno concorrenza all'ultimo video di Madonna con 4 milioni di accessi. E' stato intercettato così un bisogno vero e c'è stata una risposta impressionante.

Rimuovere gap culturali anche nel business per promuovere la crescita e cogliere opportunità. Un vecchio punto di forza per la consulenza che riveste oggi, così come nel passato, un ruolo strategico nella consapevolezza che gli attori ed i contenuti sono diversi da quelli di ieri. Paradossalmente nel mentre si eccelle nella capacità di erogazione di prodotti formativi, il vero problema per lo sviluppo di nuovi modelli di business è proprio l'assenza di conoscenza, il bisogno di comprensione e formazione. Un bisogno di sempre che oggi assume connotazioni diverse e che chiama la nostra comunità professionale, così come ieri, ad attrezzarsi ed agire.

Francesco D'Aprile 
 Presidente APCO
presidente@apcoitalia.it