

## GLOBALIZZAZIONE E AMBIENTI CREATIVI

Come dice il volantino di questo incontro, mi sono stati dati due temi: il primo riguarda un tema generale, una sfida straordinariamente affascinante, la Globalizzazione. Il secondo invece chiede di parlare di come le idee possono portare a innovazione, come questo miracolo pervada molti diversi ambienti e luoghi.

Cercherò di attenermi a questi temi, anche se comincerò col non rispettare l'impegno appena assunto.

Vi parlerò infatti all'inizio di management. Questo per chiarire meglio le cose che dirò fra poco e per suggerirvi qualche idea su uno dei possibili vostri futuri.

Innanzitutto esiste una sostanziale differenza tra le due discipline che si occupano degli studi di area economica: l'economia e il management appunto. Entrambe sono classificate come scienze sociali, riguardano quindi di fenomeni sociali.

Mentre l'economia si occupa dello studio dei macro sistemi economici, degli equilibri e squilibri economici, delle politiche economiche generali, utilizzando molto le tecniche della matematica, il management (o economia delle aziende) studia le strategie e le politiche di gestione delle aziende, la costruzione del valore, le relazioni di scambio, utilizzando anche le tecniche della sociologia e della psicologia.

In altre parole, mentre l'economia vede la terra dallo spazio e si preoccupa della relazione tra pianeti, il

management vive sulla terra e si preoccupa del suo equilibrio interno.

Quindi non vi parlerò della relazione tra pianeti, ma piuttosto della fatica quotidiana dell'uomo, delle sue sfide e dei suoi sogni.

Cosa fa il manager quindi? Cerca i modi e i sistemi per costruire valore, valore per l'impresa e valore per i clienti, valore per gli stakeholders, valore per la società. Usando una metafora, si occupa di come ingrandire la torta della ricchezza di una società, non di come dividerla.

Purtroppo i fatti ci fanno pensare che moltissimi si impegnano allo stremo e senza fine sulla ricerca del modo perfetto di dividere la torta, pochi si preoccupano di cercare di ingrandirla. Ovviamente più una torta è piccola, più è difficile farla a fette, e nessuna divisione soddisferà i commensali, tutti si sentiranno traditi e trattati ingiustamente. Di fronte a una grande torta ognuno ne avrà comunque in abbondanza e non sarà preoccupato di invidiare il proprio vicino.

Costruire valore è quindi la preoccupazione quotidiana del manager. Il suo lavoro riguarda la gestione delle relazioni interne della sua organizzazione, tra le persone e tra le persone e le cose; la gestione delle relazioni esterne, con il mercato, cioè i clienti e i fornitori; il coordinamento delle relazioni esterne e interne.

Costruire valore significa innovare continuamente, per aumentare i benefici offerti e ridurre i costi di realizzazione di tali benefici. L'innovazione è il motore

che il manager si preoccupa di mantenere in funzionamento. L'innovazione non è solo tecnologica, tutt'altro, pervade ogni aspetto della vita dell'impresa. Sempre più le tecnologie fondamentali sono di accesso aperto e comune a tutti gli operatori, per cui la differenza viene fatta dall'innovazione strategica, cioè dalle idee di business originali, dove la creatività, la competenza, la visione innovativa fanno la differenza.

Tutto questo viene realizzato in uno spazio mondiale, per cui la conoscenza di più culture è fondamentale. Se un gruppo di clienti insoddisfatti per ragioni diverse a Shanghai e a Chicago, costringe a ridurre il personale di uno stabilimento in Italia, capite come il management deve essere in grado di comprendere la complessità in un ambiente cross-culturale per consentire la sopravvivenza dell'impresa. Non c'è giudice più inflessibile del cliente. Non c'è mondo reale più affascinante di quello cross-culturale.

Riassumendo cosa le imprese chiedono ai giovani che iniziano a lavorare? Non certo una grande competenza, questa sarà costruita negli anni. Ho l'occasione di parlare con molti imprenditori e la loro richiesta è quella di avere menti libere e creative, aperte e capaci di interpretare i futuri possibili, che portino aria fresca nelle loro organizzazioni che sono sempre più internazionali. Motori di innovazione in un contesto globale.

Per preparare questo futuro a Ca' Foscari, nel dipartimento di Management, ogni corso di laurea, sia triennale, sia magistrale, ha una versione italiana e una in

lingua inglese, che consente di avere studenti da molte aree del mondo. Perché questo è il futuro.

Alla fine vi svelo quale è l'obiettivo primo della disciplina del management: al contrario delle scienze dure, e di quelle che da loro derivano, non si pone l'obiettivo della ricerca della soluzione perfetta, essendo una scienza sociale si preoccupa della riduzione dell'errore. E già questo mi sembra un impegno importante.

Tiziano Vescovi

*Vicenza, 22 febbraio 2016*