



CICLO
DI SEMINARI
A CURA
DEL GRUPPO
GIOVANI
PRESIEDUTO
DA PAOLO
BETTONI

EFFICIENZA E CONOSCENZA, SONO IL VALORE AGGIUNTO DELL'IMPRESA COMPETITIVA

Ottimizzazione, efficienza, ricerca e sviluppo. Non ha dubbi il presidente del Gruppo Giovani Paolo Bettoni. "Questa - dice - è l'unica strategia che può consentire un ricambio generazionale che garantisca un futuro alle imprese edili". Detto, fatto.

La convinzione si è tradotta in una serie di seminari che puntano proprio in questa direzione. "Sapendo - aggiunge Bettoni - che in un corretto progetto gestionale delle risorse umane il risparmio può raggiungere il 10 per cento del fatturato, dato che si moltiplica se i concetti fondamentali dell'ottimizzazione e del *just in time* vengono applicati anche nel rapporto con i fornitori che svolgono un ruolo chiave nel processo produttivo".



L'ottimizzazione dei tempi d'impresa e la valorizzazione delle risorse umane: questi sono i temi del ciclo di incontri promossi dal Gruppo Giovani del Collegio. Nella foto: il relatore Mario Gibertoni e, al tavolo dei relatori, il presidente dei Giovani Paolo Bettoni

Da marzo ha preso avvio un ciclo di incontri coordinati da Mario Gibertoni.

Ricercatore, fondatore di StudioBase, il prof. Gibertoni è referente scientifico e docente presso la Business School del Sole24Ore, di altre Università Italiane (la Luiss Management Guido Carli di Roma e l'Università di Trieste), collabora con la Madison Executive Education School of Business Americana.

La questione strategia è indifferibile nella gestione delle

aziende edili e consiste, appunto, nell'ottimizzarne l'organizzazione.

Un tema molto attuale e - come sottolineato nell'introduzione - meritevole di approfondimento, così come voluto dal presidente del Gruppo Giovani, Paolo Bettoni.

Gibertoni, quindi, ha invitato i presenti (più di 70) a riflettere sull'insufficienza delle soluzioni che tradizionalmente vengono proposte per contrastare le situazioni di crisi.

Aumentare la pubblicità e l'aggressività delle campagne di

UN CORRETTO
PROCESSO
GESTIONALE
PERMETTE RISPARMI
NOTEVOLI
E CONSENTE
DI ELEVARE
LA QUALITÀ

marketing è utile, ma non risolve il problema se i compratori non hanno sufficiente capacità di acquisto.

Aumentare la forza vendita degli uffici commerciali può condurre a risultati, ma in un orizzonte temporale non pienamente prevedibile. Infine, terziarizzare la produzione non dà un reale vantaggio competitivo, soprattutto se si utilizzano gli stessi fornitori della concorrenza.

Queste soluzioni, dunque, non sembrano essere la strada che porta fuori dalla turbolenza economica del periodo.

Le alternative da percorrere - secondo Gibertoni - non possono prescindere da un passaggio obbligato fatto di conoscenza per comprendere non solo i processi produttivi, ma anche il nuovo sistema globale, quindi la nuova società.

Il successo nel mercato di oggi è direttamente proporzionale alla curiosità e alla capacità di apprendimento e cambiamento di una organizzazione complessa come un'azienda e alla rapidità con la quale si pongono in atto i processi conoscitivi.

Ridurre i costi, elevare il livello di servizio e rispondere attraverso l'innovazione, alle esigenze anche potenziali ed inconscie del cliente, oggi sono fulcro del successo di un'impresa che - al centro - ha gli uomini.

Sono le persone - infatti - che determinano il futuro delle organizzazioni stesse e non i prodotti o la tecnologia che un'azienda sviluppa.

Mantenere le persone impegnate verso l'organizzazione sembra quindi garantire il futuro ben più di qualsiasi programma



Il successo nel mercato di oggi è direttamente proporzionale alla curiosità e alla capacità di apprendimento e cambiamento di una organizzazione complessa come un'azienda e alla rapidità con la quale si pongono in atto i processi conoscitivi.



OGGI
IL CONFRONTO
È CON UN NUOVO
TIPO DI CLIENTE,
MOLTO ATTENTO
ALLA QUALITÀ
E SOPRATTUTTO
PIÙ INFORMATO

di investimento. All'imprenditore moderno, quindi, spetta il compito primario di pensare alle persone come risorsa.

In questo contesto ritorna con prepotenza la necessità di porsi domande e di "creare" un pensiero.

Le imprese devono imparare a capire i cambiamenti, ad interpretarli, in uno scenario dove l'improbabile può diventare probabile e dove il cambiamento è una costante.

Uno dei maggiori elementi di complessità è certamente la dimensione globale dell'economia e, prima ancora, della società.

Internet è la cartina al tornasole della globalizzazione, perché ha annullato le distanze.

Il potenziale acquirente di un immobile non è al di fuori di queste logiche di complessità e di crisi.

Al contrario le vive in prima persona ed è a questa nuova figura di cliente che le imprese devono guardare.

Di fronte all'incertezza economica, ha osservato Gibertoni, si assiste ad una riduzione generalizzata dei consumi, ad un incremento della richiesta di informazioni prima dell'acquisto, ad una maggiore sensibilità al fattore prezzo e ad una

riduzione del livello di rischio accettabile, ossia un comportamento più prudente nell'acquisto da parte del cliente finale.

Questo possibile adattamento della domanda è applicabile anche al settore edile e quindi diventa importante realizzare la massima soddisfazione del cliente fornendo un prodotto, o un servizio competitivo, di elevata qualità in rapporto al prezzo.

L'ottimizzazione rappresenta un tema fondamentale sul quale trovare il giusto registro organizzativo, sapendo che vi sono attività interne all'impresa che consumano

TECNOLIFTS

ALLA MODERNA
IMPRESA
SPETTA
IL COMPITO
PRIMARIO
DI PENSARE
ALLE PERSONE
COME RISORSA

tempo e risorse, ma che non aggiungono valore al prodotto.

Ogni imprenditore, almeno teoricamente, le conosce bene: inefficienze nell'approvvigionamento dei materiali che causano lavoro improduttivo nel cantiere, una non ottimale organizzazione della documentazione relativa ai diversi aspetti organizzativi (uffici contabilità, acquisti, progettazione, etc.), giacenze di materiale dovute ad una non accurata gestione dei flussi delle materie prime o dei semilavorati. Tutte queste inefficienze causano, soprattutto in questi momenti di incertezza economica, un aggravio di costi che mina pesantemente la redditività aziendale.

“Se ottimizzando il ciclo di lavorazione della mia impresa posso ottenere risparmi che superano il 10 per cento - aggiunge Paolo Bettoni - potrò fare delle scelte.

Decidere, ad esempio, che un mio ingegnere possa valutare nuove soluzioni tecnologiche, oppure diventare più competitivo se dovrò partecipare ad una gara d'appalto”.

“Dai nostri genitori abbiamo imparato la determinazione. Oggi questa caratteristica da sola non basta per stare sul mercato.

Un tempo il muro era un muro, oggi ad ogni realizzazione corrisponde una precisa scelta di materiali, quindi un muro non è più solo un muro, ma è un componente da individuare e realizzare ottimizzando le proprie strategie con l'obiettivo di non disperdere risorse e di garantire alta qualità ad un costo competitivo.

Ci dobbiamo infatti confrontare con un utente molto esigente e selettivo, quindi organizzazione, efficienza, ricerca e sviluppo devono essere elementi di quotidianità



Paolo Bettoni

Se ottimizzando il ciclo di lavorazione d'impresa posso ottenere risparmi che superano il 10 per cento - sottolinea Paolo Bettoni - potrò fare delle scelte. Decidere, ad esempio, che un mio ingegnere possa avere risorse per valutare nuove soluzioni tecnologiche”



Mario Gibertoni

e non idealità.

Proprio per questo il Gruppo Giovani ha organizzato questi seminari, ma anche visite in aziende che hanno fatto di questi valori un elemento di sviluppo e competitività”.

I prossimi incontri sono già in calendario: l'8 giugno: “Gestione del personale sul cantiere”; il 14 settembre “Percezione rischio e infortuni sul cantiere”; il 9 novembre “Procedure applicate di buon senso” e, infine, il 18 gennaio 2012: “Preventivazione e controllo dei costi”.

Ottimizzazione, efficienza, ricerca e sviluppo. Non ha dubbi il presidente del Gruppo Giovani Paolo Bettoni. “Questa - dice - è l'unica strategia che può consentire un ricambio generazionale che garantisce un futuro alle imprese edili”.

Lo scenario con il quale le imprese oggi si devono confrontare è in continua evoluzione.

L'effetto crisi ha determinato comunque una svolta dalla quale non sarà possibile retrocedere: l'edilizia è sempre più alle prese con la necessità di fornire agli utenti un prodotto tecnologicamente corretto, ma anche con un rapporto prezzo/qualità ottimale.

Per questo motivo il ciclo di formazione organizzato a cura del Gruppo Giovani diventa occasione per riflettere sugli scenari che da oggi al futuro governeranno il mondo del costruire, dove “un muro non è più un semplice muro, ma rappresenta una scelta tecnologica adatta alla tipologia di proposta e al migliore utilizzo”.

Claudio Venturelli