

Le medie imprese e la crisi

“La ricetta vincente? Sapersi reinventare”

NADIA FERRIGO
TORINO

Il segreto delle imprese che ce la fanno? L'innovazione del prodotto e dei processi, ma non solo: la carta vincente per superare gli anni della crisi sta anche nella cosiddetta «competenza diffusa» dei tecnici e dei professionisti della manifattura. Lo spiega Salvatore Garbellano, professore a contratto al Politecnico di Torino con una lunga esperienza nel campo dell'organizzazione aziendale e delle risorse umane nel volume «Come le medie imprese di successo hanno superato la crisi» pubblicato da **Franco Angeli Editore**.

Qual è l'identikit di un'impresa innovativa?
«Un'azienda deve saper costruire la sua unicità: il suo prodotto non solo deve avere



Salvatore Garbellano
Professore a contratto
al Politecnico di Torino

un valore, ma questo deve anche essere riconosciuto e comunicato. Il dialogo con i clienti è fondamentale, da non dare mai per scontato: non passa solo dalla pubblicità o dai social network, ma dalla conoscenza delle esigenze del pubblico. Altro passo importante è fare rete con università e centri di ricerca.

Qualche esempio?
«Penso ai nuovi stabilimenti della Lavazza oppure ai tessuti innovativi di Miroglio Textile.

La Guala Closures di Alessandria, azienda di sistemi di chiusura per le aziende di alcolici, si è saputa reinventare con tappi di sicurezza che sposano il design e assecondano le diverse esigenze dei clienti».

Sono sempre più le imprese che hanno deciso di riportare la produzione in Italia. Il «reshoring» è un fenomeno destinato a durare nel tempo?
«Difficile dirlo, ma credo di sì e non solo per la riconosciuta eccellenza della manifattura made in Italy: la vicinanza del sito di produzione al mercato nel nostro modello economico è importantissima».

Spesso le medie imprese italiane sono a conduzione familiare. È una forza o un freno?

«Può essere un problema se la proprietà e il management non riescono a dialogare: le imprese che hanno accettato la sfida del cambiamento sono quelle che hanno saputo dare fiducia ai loro manager».

La forza di un'impresa sta anche nella sua capacità di creare comunità con i suoi dipendenti?

«Senza dubbio. Il know how di chi lavora in azienda da una vita, unita al senso di appartenenza, sono una garanzia del far bene».

© BY NC ND ALIUNI DIRITTI RISERVATI

