

COMPETENZA IL SEGRETO SOPRATTUTTO AL SUD

di **ROBERTO DE DONNO***

Nella retorica di questo primo inizio di campagna elettorale, piacerebbe sfilarci, posando le riflessioni sull'attuale condizione manageriale e imprenditoriale del nostro sistema produttivo, soprattutto meridionale. Tuttavia non potendo, però, sfuggire agli argomenti e ai tempi più presenti nel dibattito odierno, si può tentare di introdurre il ragionamento nell'arena della discussione politica. Un ragionamento chiaro, che sempre meno è presente nella cosiddetta «agenda setting» dell'attuale classe dirigente.

SEGUE A PAGINA 29

DE DONNO

Competenza il segreto soprattutto al Sud

● Per questo motivo partiamo da lontano, da chi già qualche decennio fa esplicava un semplice concetto, che ancora oggi si pensa sia alquanto moderno, racchiudendo in sé forti elementi di innovazione politiche di investimento nella cultura d'impresa.

L'economista Schumpeter, agli inizi degli anni '70, affermava che un'impresa nasce da una nuova idea imprenditoriale, che successivamente si trasforma in un nuovo prodotto e in un nuovo processo produttivo, grazie alle capacità manageriali del proprio gruppo dirigente, in grado di pianificare politiche di investimento in R&S (Ricerca e Sviluppo).

Si tratta di un'elaborazione teorica che configura strutturalmente una serie di fattori essenziali nella programmazione delle singole politiche aziendali, che conducono inesorabilmente a temi e questioni oramai dirimenti per una nuova prospettiva di sviluppo imprenditoriale e manageriale in ambito nazionale ed internazionale.

Se osserviamo i dati pubblicati alla fine del 2007 da Manageritalia, concernenti il tasso di presenza di manager all'interno delle imprese del Sud Italia, ci accorgiamo come su 160 mila dirigenti del settore privato il 74,3% opera al Nord, il 20,51% al Centro e soltanto 5,2% al Meridione, di cui lo 0,7% in Puglia.

È un dato inquietante che trascina con sé molteplici tematiche inerenti la sfera organizzativa, formativa e manageriale del nostro tessuto imprenditoriale. Aspetti che costituiscono l'assetto strutturale, dirigenziale e intellettuale di un'impresa, ossia la sua articolazione organica, la sua capacità di indirizzo e la sua facoltà di elaborazione strategica. Tre livelli tra loro intrecciati, che delineano l'insieme delle caratteristiche quali-quantitative di una componente aziendale.

Se tali dati «fotografano» la realtà di un territorio, diventa imprescindibile una riflessione comune di tutti coloro che, a vari gradi, agiscono nell'*establishment* della politica, dell'economia e della formazione, poiché è impensabile

realizzare convegni, seminari e meeting parlando e divulgando concetti quali «internazionalizzazione», «competizione» e «delocalizzazione» quando sul proprio territorio non vi è nessuna proposta concreta che vada nella direzione più consona al superamento di questo gap costitutivo.

È chiaro che trattiamo un argomento complesso, che in alcuni casi ha delle origini ataviche, ma se in India vi è una previsione di un «giro di affari» per il 2010 di circa 17 miliardi di dollari per una nuova figura professionale all'interno della cosiddetta «Knowledge Process Outsourcing», significa che le componenti dell'*establishment* dovranno pure interrogarsi e iniziare a discutere al fine di definire nel medio-breve periodo nuove prospettive di sviluppo economico-produttivo, nonché industriale.

Significa introdurre nel dibattito il futuro del nostro sistema imprenditoriale, dargli una visione di crescita, un indirizzo di espansione. Ma per fare questo è utile cominciare a ripensare alcune categorie, come quella della stessa «conoscenza», il cosiddetto *knowledge* poiché diventa sempre più la leva strategica su cui far ruotare una nuova fase di politica aziendale. È lì che risiede uno dei fattori-chiave del cambiamento, la connessione fra una nuova generazione di manager e il sapere, la cognizione di una professionalità moderna e innovatrice.

Per raggiungere questo risultato c'è bisogno di una grande mobilitazione di tutti i livelli della politica, dell'economia e della formazione (sia universitaria che specialistica), la cui guida deve essere un atto di generosità verso lo strato più giovane e più dinamico della popolazione lavorativa. Definire un circuito integrato, capace di unire la dimensione formativa a quella aziendale, la competenza professionale al fabbisogno produttivo, l'idea di sviluppo a quella inevitabile dell'innovazione. In poche parole la costruzione di una rete, o meglio di un *network* che ai vari livelli riesce a coordinare gli indirizzi e i singoli percorsi nell'ambito delle attività di R&S.

Un'intera classe dirigente è chiamata oggi a dare alcune risposte. Poche e concrete verso una generazione di manager che potrà, se vogliamo, competere sui grandi mercati internazionali del XXI secolo, non esclusivamente sul costo della manodopera (come in India o Cina) ma interamente sull'elemento della conoscenza, la vera componente qualitativa dell'intero processo aziendale.

Roberto De Donno

*Esperto e docente universitario di marketing