

# FORUM DELL'INNOVAZIONE TERZIARIA

**Nuove professionalità per agevolare e sviluppare l'intelligenza terziaria nelle imprese**

Pietro Luigi Giacomoni

**S**embrerebbe semplice parlare di innovazione. Però non lo è, perché noi – con il progetto “Forum dell’innovazione terziaria” – ci confrontiamo con tematiche enormi quali la competitività e le strategie per ripartire e contribuire alla ripresa. In una situazione di diminuzione dell’occupazione, del reddito e della domanda interna.

Non si può infatti in Italia rimanere fermi ad attendere una ripresa, mentre altri contesti continuano a muoversi, acquisendo vantaggi competitivi. Certo, non è vero che da noi le imprese (manifatturiere e dei servizi) sono ferme, però le innovazioni dei precursori si diffondono troppo lentamente nelle filiere, nelle reti, nel sistema complessivo.

Ecco allora un primo punto fermo: vogliamo concentrarci sulle innovazioni d’impresa per apportare valore aggiunto e consentire alle imprese e al paese di competere meglio, di contribuire all’innovazione dei modelli di business delle aziende, in particolare delle pmi.

Ma su quali innovazioni puntare per un progetto che parte da un’Associazione di manager? In particolare su quelle legate alle conoscenze e quindi al capitale umano.

Per generare valore è necessario impiegare in modo più efficace la conoscenza di cui disponiamo, dotata di “potere moltiplicativo”, in quanto spesso si può riutilizzare in differenti contesti e business.

## **Diffondere la cultura dell’innovazione**

Ci poniamo l’obiettivo generale di operare, assieme alle imprese e alle loro associazioni di rappresentanza, per fare in modo che si diffonda la cultura dell’innovazione. Per valorizzare le innovazioni d’uso collegate alla conoscenza, che spesso riguardano le funzioni immateriali di cui i manager e le alte professionalità sono portatori in azienda: la programmazione, la progettazione, il design, la logistica, la comunicazione, la distribuzione, la finanza.

Ciò significa, concretamente, contribuire nei diversi territori a informare e coinvolgere le imprese, diffondendo come Manageritalia e Confcommercio locali delle buone pratiche di aziende e di manager. Esse possono essere da stimolo a riutilizzare in vari modi la stessa base di conoscenza frutto dell’innovazione, ad esempio reinterpretando un modello di servizio in settori o contesti territoriali diversi, o a target di clienti diversi, fornendo risposte originali alla domanda di personalizzazione.

Anche utilizzando (meglio e più diffusamente) nelle minori imprese le potenzialità dell’Ict, nelle molteplici interazioni tra fornitori e clienti, nella costruzione di nuovi legami e fidelizzazioni. Valorizzando la flessibilità e la creatività e aumentando il valore in un’azienda e, soprattutto, in una filiera e in una rete.

Obiettivo ambizioso? Certo, ma non partiamo da poco: da anni il Cfmt studia tutto ciò e con il “T-Lab Laboratorio del terziario che innova” ha analizzato e ricostruito casi di successo nel mondo dei servizi.

## **Una visione meno individualistica nel business dei servizi**

Pensiamo sia necessario impegnarsi di più per mettere a servizio nei territori queste elaborazioni, fa-

re in modo che si estendano. Soprattutto passare da poche a molte imprese coinvolte, dalle medie alle piccole imprese interessate. Ecco quindi ciò che cerchiamo, valorizzando la bilateralità: la disponibilità delle imprese a condividere e scambiarsi le conoscenze, come capita nella moderna rete di fornitura (e di partnership) delle medie aziende del manifatturiero italiano.

Ciò è un elemento fondamentale: sviluppare anche nei servizi una visione meno individualistica del business, attraverso un maggiore sviluppo del lavoro in rete, del lavoro collaborativo, delle filiere anche nel terziario. Dobbiamo pensare alle innovazioni capaci di espandere i loro effetti sui sistemi locali, le altre imprese della filiera, le professionalità del lavoro, specie manageriale. In questo modo manager e aziende, anche di piccole dimensioni, possono essere spinti – riutilizzando le conoscenze – a effettuare nuovi investimenti in conoscenza, che possano avere pure ritorni di non lungo periodo.

Lo sforzo del “Forum dell’innovazione terziaria” sarà quello di far ragionare di più le imprese in termini di filiere e non di singole organizzazioni, per valorizzare e utilizzare di più le conoscenze, creando anche le convenienze culturali ed economiche.

E quindi di rendere possibile una trasformazione o integrazione dei modelli di business attualmente esistenti, in tutti i settori (manifattura, intermediazione commerciale, turismo, servizi alle imprese, professioni, pubblica amministrazione ecc.).

In questo i manager hanno, assieme agli imprenditori, un compito fondamentale: stiamo parlando di un utilizzo migliore di quelle risorse immateriali che sono fonte di conoscenza, patrimonio attuale del management (attenzione, patrimonio da sviluppare continuamente!).

Desideriamo quindi contribuire a far conoscere ed estendere innovazioni che modifichino e migliorino il modello di business, partendo dai casi e dalle elaborazioni del Cfmt.



### Territorio, imprese e associazioni

Per raggiungere questo obiettivo dobbiamo lavorare nei territori, con le imprese e le loro associazioni disponibili. In queste aree cercheremo di declinare concretamente questa innovazione soft, organizzando eventi condivisi per promuovere la cultura dell’innovazione. E anche e soprattutto promuovendo, assieme al Cfmt, un’ulteriore e originale attività di ricerca non più sulle medie aziende precursori, ma sulle filiere di piccole aziende del terziario. Interessate da un lato e già impegnate dall’altro a condividere la conoscenza. Anche per verificare e promuovere un ruolo attivo dei manager a sostegno di questo processo di miglioramento del business delle piccole imprese.

In previsione di un evento nazionale nel 2014, vogliamo stimolare la crescita dell’investimento in capitale umano nelle imprese e nei singoli lavoratori della conoscenza. Per sviluppare continuamente le loro competenze a padroneggiare sempre più i linguaggi formali in cui sono incorporate le conoscenze.

Così si potrà, anche nelle piccole imprese, estendere la presenza di professionalità in grado di agevolare, con l’imprenditore, la costruzione di maggiore intelligenza terziaria.