Il Mondo cambia… ed io non ho niente da mettermi!

Fare rete

Cambiano le filiere produttive dell'economia internazionale e il discorso ci interessa molto da vicino. Da tempo siamo in allarme per gli effetti letali della progressiva compressione della catena del valore nel settore del lusso/moda, ma pochi di noi reagiscono con prontezza ed efficacia, ricorrendo alle soluzioni possibili (ad esempio, aggregarsi per conseguire una maggiore efficienza, realizzare economie di scala, creare massa critica, innescare esternalità positive).

In ogni ambito, oggi, le filiere tradizionali sono ritenute troppo complesse, troppo lunghe, inadeguate al nuovo scenario competitivo. Se non ci adattiamo tempestivamente alle trasformazioni in atto – sentenziano gli economisti – rischiamo il collasso. Il fatto è che ormai tutti gli anelli della filiera produttiva sono a rischio, dalle relazioni a monte, che determinano gli scambi di fornitura, a quelle a valle, spesso accusate dai consumatori finali di essere responsabili di un eccessivo aumento dei costi (o, peggio, di uno scadimento della qualità).

Per rendersi conto, in breve, di come (e di quanto rapidamente) lo scenario internazionale abbia subito un'autentica metamorfosi nel giro di pochi anni, basta citare l'avvento del gigante cinese sul mercato globale, il potente sviluppo di Paesi come il Brasile e l'India, l'economia statunitense in frenata, l'Europa imperniata su un euro forte, per non dire delle prospettive di crescita a due cifre di alcuni (ex)Paesi-in-via-di-sviluppo.

Gli esperti affermano che l'unica strada da seguire in un simile contesto è quella della sostenibilità, ovvero della massimizzazione del valore per gli stakeholder di tutte le imprese. Indispensabile, inoltre, è un orientamento al lungo periodo di ogni opzione strategica. Non

dobbiamo più, quindi, focalizzarci sul contingente, sul nostro proprio business quotidiano, ma dobbiamo guardare al domani, anzi al dopodomani in senso quanto mai figurato.

E' evidente che tale processo non risulta facile e ci obbliga ad una radicale riconfigurazione del paradigma imprenditoriale. Innanzitutto, occorre esaminare la propria azienda da dentro e porsi degli specifici obiettivi all'orizzonte, scegliendo di accelerare la capacità di innovazione organizzativa, sia in riferimento alle procedure interne sia alla gestione dei rapporti con l'esterno.

Tutti fanno (o cercano di fare) innovazione, ma non tutti la fanno in modo sostenibile. Essere sostenibili significa ridurre i tempi del processo innovativo e massimizzare quelli in cui tutti possano godere i frutti della stessa innovazione. Questo è più che mai valido nelle relazioni all'interno della nostra filiera, in quanto innovazione e collaborazione rappresentano veramente i driver della sostenibilità e della creazione di valore per tutti gli stakeholder