

"Il mondo cambia, la nostra burocrazia frena"

Bloccato all'imbocco dell'autostrada A4 da Milano a Bergamo, il vice presidente di Confindustria, Guido Guidi, ha rischiato di non poter partecipare al "faccia a faccia" sul welfare con il segretario generale della Cgil, Guglielmo Epifani (anch'egli attardato, tra l'altro, dal medesimo incidente). Un'occasione ad hoc per parlare degli annosi problemi infrastrutturali in questa intervista che ha concesso al nostro settimanale.

Anche lei ha potuto constatare di persona la drammatica situazione in cui versa l'autostrada A4

"Spero che non sia così tutte le sere..."

A dire il vero si comincia di primo mattino...

"No, non è possibile impiegare due ore per andare da Milano a Bergamo, per percorrere in fin dei conti solo 50 chilometri. Ma lo stesso film scorre anche sul raccordo di Mestre e sul tratto autostradale Modena-Bologna. Percorsi intasati, che strozzano il Paese. Il 70% della produzione industriale è concentrata in questi tre poli: basta un nonnulla e si resta bloccati per ore".

Intollerabile

"Quello delle infrastrutture carenti è sicuramente uno dei più importanti problemi delle nostre regioni. Ed è il risultato di troppi anni senza investimenti. Oggi le priorità sono note; passa attraverso la realizzazione o meno di questi interventi la scelta di facilitare o strozzare la competitività del nostro sistema produttivo".

Intanto l'Italia non se la passa molto bene

"Il nostro Paese soffre di una difficoltà dal punto di vista economico pari a quella degli altri Paesi, forse un po' di più, perché l'Italia si trascina ancora delle tare del passato. Il punto fondamentale, a mio giudizio, è che il nuovo mercato, la globalizzazione, non sono cose che si possono scegliere. Nessuno si trova nelle condizioni di poter dire: "a me così non sta bene, decido diversamente"... A meno che non pensi di adottare provvedimenti traumatici, quali la chiusura delle frontiere, il ripristino delle dogane, la chiusura dei mercati. Esperimenti che sono già stati fatti in passato e che non hanno portato a vere e proprie soluzioni".

Una globalizzazione che non ammette mezze misure, insomma...

"La globalizzazione non deve essere vista esclusivamente sotto una cattiva luce. Offre anche grandi opportunità, può essere occasione di importanti e positive trasformazioni. Il punto fondamentale è che non si può pensare di vivere in questo mondo nuovo, di gestire queste realtà così radicalmente modificate, con regole e comportamenti appartenenti ad un sistema che non esiste più. Ecco questo, secondo

Guidi (Confindustria): "Oggi per competere sui nuovi mercati servono regole e comportamenti nuovi. Ma nel Paese resistono troppi centri di potere legati a logiche del passato". Sulle infrastrutture: "Ho provato a mie spese cosa vuol dire percorrere l'A4"

di Andrea Iannotta

me, può essere drammatico: perché se uno pensa di giocare ancora a briscola, con carte da briscola e regole da briscola, mentre ormai tutti (lui compreso) sono costretti a giocare a bridge, con carte da bridge e regole del bridge è chiaro che tutto questo non può che portare a situazione di shock".

Un cambiamento difficile da recepire?

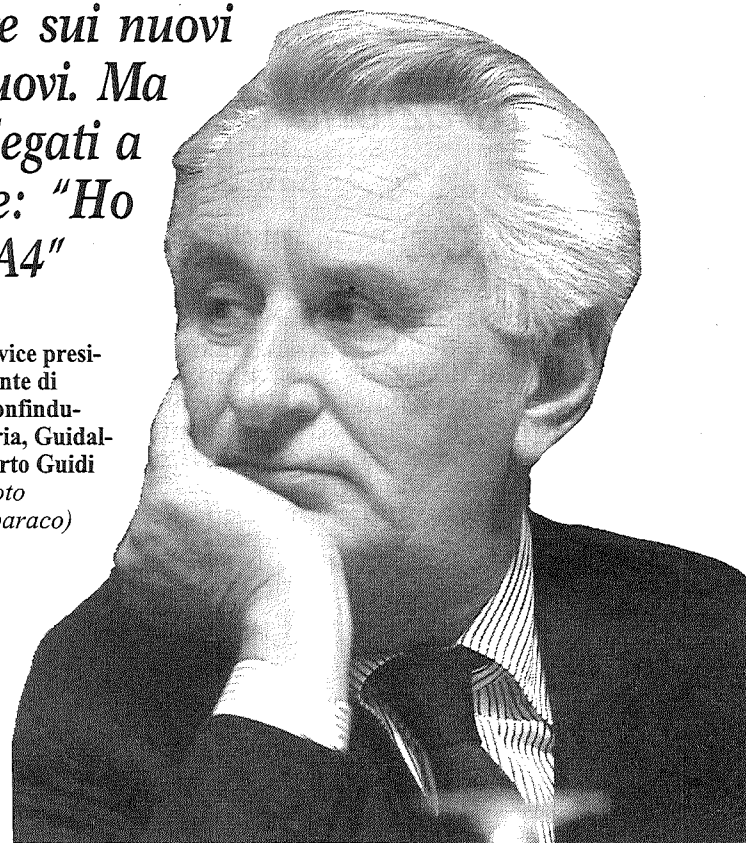
"Una certa, e grande, difficoltà nel comprendere determinati meccanismi è presente in tutto il Paese, al di là del sindacato. Esistono tanti centri di potere, cresciuti con le logiche e le regole del passato. E' chiaro che, per essi, adeguarsi ad una novità - sovente portatrice di maggiore libertà - indirettamente sottintende una rinuncia a posizioni di potere ormai consolida-

te. E adeguarsi non è facile. Prendiamo il caso della Pubblica amministrazione: non è semplice risolvere i problemi della burocrazia, perché dietro ogni tavolino, ogni pezzo di carta, ogni timbro, ogni scrivania, c'è un impiegato, un funzionario. C'è, in buona sostanza, una fetta di potere alla quale risulta molto difficile rinunciare".

I mercati si sono dunque aperti e allargati. Basta la qualità per migliorare il livello di competitività delle nostre imprese?

"Cominciamo col dire che la qualità è una condizione imprescindibile senza la quale un'impresa non può nemmeno affacciarsi al mercato. A Bergamo, come pure in altre regioni, sono presenti esempi emblematici di azienda dall'elevato livello qualitativo. Aziende straordinarie, che hanno investito e continuano ad investire nel prodotto,

Il vice presidente di Confindustria, Guido Guidi (foto Sparaco)



nel processo, nella qualità. Il problema, tuttavia, è riuscire a crescere oltre certe dimensioni e riuscire ad essere concorrenziali sul piano del prezzo".

Per essere competitivi sul fronte dei costi e dei prezzi mettere mano al costo del lavoro, alla flessibilità, può (o deve) essere il percorso da seguire?

"Personalmente sono d'accordo con coloro che sostengono che non possiamo competere con chi produce magliette o jeans ad un centesimo all'ora di costo del lavoro. Questo è un fatto certo. Si può benissimo pensare, invece, che alcuni tipi di lavorazione possano essere iniziati in Paesi a basso costo di manodopera, per poi essere completati qui, attraverso l'arricchimento del prodotto con design, innovazione, qualità, vendita, marketing. Questo credo che sia il processo da incentivare".

Conservando qui solo l'eccellenza...

"In Europa, ma soprattutto nel nostro Paese, sono presenti capacità imprenditoriali e tecniche dei collaboratori di levatura straordinaria. Che cresca, allora, il contenuto intellettuale e cali il peso della semplice manodopera, da spostare in altri Paesi; i quali, a loro volta, potranno crescere e divenire mercati nuovi".

In questi ultimi tempi il dialogo con il sindacato, o almeno con una parte di esso, si è fatto difficile. Che ne pensa?

"E' chiaro che la via del dialogo è sempre preferibile. Ma di fronte alle difficoltà ed ai problemi che stiamo vivendo in questo periodo, occorre che le scelte vadano indirizzate effettivamente verso i processi di rinnovamento, abolendo le vecchie resistenze. Scelte da decidere, non in tempi biblici".

IL FACCIA A FACCIA

E con Epifani un confronto a colpi di fioretto

Su welfare, occupazione e Fiat botta e risposta al Centro Congressi

Un "vis à vis" da fare invidia a qualunque conduttore di talk show, quello "andato in onda" nei giorni scorsi al Centro Congressi Giovanni XXIII, che ha visto protagonisti, sotto la regia della Fondazione Zaninoni, Guido Guidi, consigliere incaricato di Confindustria per le Relazioni industriali e gli Affari sociali, e Guglielmo Epifani, da un paio di mesi alla guida della Cgil, il maggiore sindacato in Italia. Argomento della discussione "Il lavoro che cambia. Il welfare quando? Parti a confronto".

Sollecitati da Giancarlo Santalmassi, direttore delle news di Radio 24, Guidi ed Epifani si sono scambiati soprattutto colpi di fioretto, non disdegnando qualche convergenza (come sull'assoluta contrarietà di un eventuale ingresso dello Stato nel capitale della Fiat) e battute da gentleman. L'incontro/scontro inizialmente ha dovuto pagare pegno, com'era logico, e dare spazio al dibattito sulla crisi della Fiat. Da un lato (Epifani) l'accusa ai vertici della Casa torinese di incapacità nel proporre al mercato prodotti all'altezza della concorrenza: la Fiat produce

auto povere, ha detto il leader della Cgil, per mercati poveri. Quando il mercato "tirava", Torino perdeva quote di mercato e ora che la domanda è piatta i nodi vengono al pettine. E cosa propongono i vertici aziendali? Chiusura degli stabilimenti, riduzione del personale, almeno fino a quando non si riesce a pareggiare le perdite. E gli investimenti? Dopo. E no, dice Epifani. Ci vuole ben altro. Gli investimenti si devono fare di più e meglio già da ora. Altrimenti il rischio è quello di trovarsi da qui a due anni un'azienda più piccola, più povera, di nicchia. E dall'altro lato, Guidi che osserva come sembri si stia parlando di un "malato terminale". Non è così, secondo il vice presidente di Confindustria. Lo scenario delineato da Epifani può riguardare qualunque impresa. Perché ogni mattina "occorre reinventare il lavoro, innovare, per sopravvivere". Investire in quel settore, poi, richiede anni di tempo, notevoli risorse finanziarie, impegno nella ricerca. Un settore che sta perdendo colpi anche in altri Paesi. Sui toc-casana per aumentare il tasso di occu-



Il segretario della Cgil, Guglielmo Epifani

pazione del Paese, invece, la divergenza emerge. Occorre dare spazio al Patto per l'Italia, per Guidi, laddove si ipotizza l'abolizione dell'articolo 18 per le imprese che decidono di oltrepassare la soglia dei 15 dipendenti. L'imprenditore

CrM (Customer relation management), sigla difficile per un lavoro semplice. O quasi. E sì, perché semplice può rivelarsi l'utilizzo di questo strumento software, in grado di aiutare concretamente le aziende a controllare e rendere più efficaci tutte le forme di rapporto con i propri clienti. Lo strumento informatico CrM è stato presentato nei giorni scorsi nella sede dell'Unione industriali di Bergamo. L'obiettivo che si propone tale prodotto è quello di permettere un'approfondita conoscenza della propria clientela e delle relative esigenze, per mantenere alto il livello di soddisfazione e fedeltà, anticiparne le necessità e stimolare l'attività, oltre a garantire a chi gestisce l'azienda una visibilità completa e compatta. Lucio Susmel, amministratore dele-

"CrM": sigla difficile, clienti soddisfatti

Il software è in grado di aiutare le aziende a controllare e a rendere più efficaci tutte le forme di rapporto verso l'esterno

gato di Servitec, Francesca Manfredini, amministratore delegato di i-Dalmine spa, Giorgio Frigerio, direttore business unit Europa di Tenaris spa, e Bruno Gaschi, direttore processi e applicazioni di i-Dalmine spa, hanno, tra gli altri, posto l'accento sulle potenzialità insite in questa soluzione software molto innovativa, che si propone come obiettivo il

mantenimento della soddisfazione del cliente e la sua fidelizzazione. E' un modo di lavorare (non una somma di tecnicismi), ha sostenuto Susmel, in cui le implementazioni si differenziano in funzione delle aziende che lo adotteranno e lo metteranno a regime. Il cliente, è stato rilevato, è il fattore chiave del successo di un'impresa, un patrimonio cruciale,

da conservare e valorizzare. L'obiettivo individuato con lo strumento CrM, oltre alla fidelizzazione del cliente, è quello di mantenerlo informato e stimolato, per poter cogliere ed attivare tutte le potenzialità di acquisto, garantendo a chi gestisce l'azienda una visibilità completa e compatta. Infatti, il cliente che si sente conosciuto e riconosciuto dall'organizzazione tutta, ha sottolineato Manfredini, è sicuramente invogliato ad essere fedele. L'azienda che riesce a diffondere la consapevolezza delle esigenze del cliente fino al suo interno, abbasserà di molto il costo di gestione della soddisfazione dello stes-

so. Aziende industriali, società commerciali, società di servizi, la pubblica amministrazione possono beneficiare del CrM, sistema studiato per il B2B (business to business). Durante il convegno è stato presentato il caso Dalmine, con la storia ed i risultati ottenuti dall'applicazione del sistema CrM sviluppato da i-dalmine alla sua realtà. Lo strumento CrM ha accompagnato l'azienda in un importante e complesso processo di ristrutturazione della propria strategia commerciale, offrendo una visione unificata e condivisa di ciascun cliente e mercato. Nel corso dell'incontro i partecipanti hanno inoltre avuto la possibilità di provare concretamente l'applicazione CrM funzionante e di toccarne con mano la semplicità e l'efficacia. (a.i.)