



Comunicazione ed innovazione



GIUGNO 2009



api
TERAMO



NEWS

Stefano Camerano



Non negando una certa emozione diamo il via a questa nuova avventura comunicativa dell'API – Teramo.

Il plurale usato non è un “plurale maiestatis”, perché questi articoli pubblicati su “LA CITTA” mensile, altro non saranno che l'espressione dei tanti imprenditori associati all'API- Teramo.

Circa 300 sono gli aderenti all'API che quest'anno hanno avuto la soddisfazione di poter fare eleggere alla carica di Presidente di CONFAPI ABRUZZO, il nostro Presidente onorario Giulio Pedicone.

A lui vanno gli auguri per un lavoro proficuo che porti benefici sia all'Api – Teramo che alle altre sedi API ABRUZZO.

Senza dilungarci molto ricordiamo che l'API è una libera associazione di imprese allo scopo di aggregare forze imprenditoriali per affrontare insieme i problemi legati allo sviluppo industriale, alle problematiche di interesse nazionale e internazionali a beneficio dell'aziende associate e, di conseguenza, di tutto il tessuto economico, politico e sociale oltre a creare un'adeguata cultura di impresa e offrire quei servizi che le aziende (in genere medio e medio piccole) sole non potrebbero permettersi.

È a queste aziende che l'API si rivolge, accompagnandole e dando consulenza, con il proprio personale o per il tramite di studi e professionisti convenzionati, sia nell'affrontare il quotidiano, sia per avere una visione più ampia del proprio futuro, senza tralasciare quelle importanti necessità quali il bisogno di una maggiore facilità di accesso al credito e il confronto la burocrazia statale.

Un obiettivo forse utopistico ma a cui tendere è di tentare di dare maggiore visibilità, sia a livello territoriale che nazionale, ad una realtà fortemente positiva e contemporaneamente fitta di difficili problematiche da risolvere che le medie e piccole aziende debbono quotidianamente affrontare, problemi che spesso non hanno risonanza in nessun ambito sociale, politico, istituzionale.

Un esempio: il mobile e la moda sono stati il motore del nostro teramano.

Da anni i due settori vivono una grande sofferenza, e a breve potrebbero spegnersi completamente, ma nessuna istituzione, ha mai seriamente considerato che sono già stati persi migliaia di posti di lavoro ed altre migliaia (8/9000) sono a rischio immediato. Nessuna istituzione vuole combattere seriamente il lavoro nero svolto

sotto gli occhi di tutti da operatori stranieri. Inoltre il nostro obiettivo è trasmettere quanti valori importanti, ci siano all'interno di ciò che è nota come “ cultura di impresa”. Etica, spirito di squadra, coraggio, capacità di trasformare idee in innovazione, voglia e capacità di competere per crescere sono solo alcuni degli aspetti che si celano dietro la vita quotidiana di un'impresa, che rappresenta, per coloro che ne vivono la quotidianità, una straordinaria opportunità di crescita non solo professionale, ma anche personale. Con l'intento di diffondere la “cultura d'impresa”, ogni mese affonderemo le sue molteplici tematiche, disegnando un percorso che si svilupperà nel corso dei mesi e delle uscite, stimolando il contributo e l'intervento, via posta, di associati e non.. Riteniamo che accrescere la cultura di impresa sia un elemento fondante per poter dare slancio all'economia del ns. territorio.

Essa quindi non può essere semplicemente declinata in maniera univoca per tutte le aziende, ma essa è tipica delle singole aziende, con aspetti di coerenza culturale che sono legati principalmente alle dimensioni aziendali, alla sua storia, al territorio ed al settore di business. Tantomeno la cultura di impresa potrà essere unicamente imposta o diffusa dall'imprenditore; essa ha bisogno di essere condivisa e sviluppata da tutti coloro che a vario titolo operano in azienda.

In uno scenario come quello attuale, molte imprese sono chiamate a rivedere e ripensare il modello su cui nel tempo ha costruito la propria azienda. Non è superfluo, quindi, studiare, la storia della propria azienda, il contesto produttivo, il territorio di azione, la propria vocazione e missione.

Molteplici sono gli elementi su cui costruire una cultura d'impresa su cui come già detto avremo modo di approfondire nel corso del percorso che disegneremo, ma alla base ci dovrà essere una forte creatività, innovazione, responsabilità, capacità di integrarsi nel tessuto economico, sociale, capacità di farsi carico di altri obiettivi oltre al profitto, e ancora trasparenza, lealtà ed onestà.

Una cultura condivisa e ben metabolizzata in azienda non potrà che avere riscontri positivi anche fuori. La società ne riceverebbe beneficio, l'illegalità si autoridurrebbe, la stessa burocrazia ne potrebbe avere un effetto trascinarsi, e la conseguenza auspicate potrebbe essere anche la riduzione dei perversi intrecci di poteri, che, a vario titolo condizionano vita quotidiana ed affari. Con l'augurio di uscire presto da questa tremenda crisi e che queste poche pagine siano l'inizio per un sempre maggior coinvolgimento API – ASSOCIATI.

Stefano Camerano, Presidente API Teramo



L'INNOVAZIONE COME STRUMENTO STRATEGICO DI COMPETITIVITÀ

Sempre di più nel corso degli anni la paura della globalizzazione ossessiona la società occidentale.

Molte società industriali e manifatturiere che in passato hanno avuto successo nei loro paesi di origine, hanno scelto di competere in un mercato globale e quindi di riallocare, per molteplici ragioni, molto del loro lavoro all'estero. Anche i business basati sui servizi si sono avviati sulla medesima strada.

L'esodo delle società manifatturiere all'inizio è partito trovando nei paesi emergenti un costo del lavoro molto contenuto e un lavoro poco qualificato, così come i servizi hanno trovato solo opportunità di manodopera per imputazione dati, per programmare e testare semplici programmi di calcolo e la convenienza di call center a basso costo (molti call center statunitensi sono stati allocati in India). Oggi, in quei paesi emergenti dove si trovava manodopera a basso costo e con scarse competenze, le competenze sono cresciute rapidamente a tal punto che si può accedere all'utilizzo di personale con importanti e riconosciute competenze, dalla finanza, alla commercializzazione internazionale, alla progettazione di prodotti di alta tecnologia.

Economisti di spessore mondiale hanno previsto che le economie dei paesi occidentali potrebbero divenire assai meno competitive non appena paesi come Cina ed India riusciranno a sfruttare il progresso scientifico e tecnologico attraverso la loro forza lavoro a basso costo.

Qual è la migliore risposta a questo problema strategico? Sicuramente il sistema scolastico occidentale deve riuscire a produrre competenze scientifiche e tecnologiche, in vari campi, che consentano di accrescere il numero dei brevetti e dei business innovativi. In questo l'Università dovrebbe avere un ruolo importante, e, se nel lungo termine la soluzione è incentivare e supportare la crescita del numero e della qualità degli studenti delle facoltà scientifiche, come sta accadendo negli Stati Uniti, nel breve e nel medio termine bisogna incentivare la partnership tra Impresa ed Università attraverso strumenti gestionali che, negli ultimi anni sono stati in parte introdotti in Italia. Un esempio di essi è lo "Spin Off".

Gli "Spin Off" sono dei processi di uscita di competenze dalle Università capaci di creare innovazione, con creazione di società di capitali a partire dall'idea di dare una ricaduta aziendale e produttiva all'idea nata dal contesto della ricerca tecnologica universitaria, con business quindi creati da un sistema imprenditoriale che affianchi come partner Università ed Imprese (rif. www.ricercaitaliana.it).

In alcuni casi questo strumento ha già prodotto eccellenti business innovativi, ma, purtroppo, l'impatto è finora irrilevante sul sistema economico nazionale. Le ragioni di questa irrilevanza sono da ricercare nei diversi obiettivi statuari di Università ed Imprese, che sono così distanti da non poter essere né sovrapposti e neanche resi coerenti, da un semplice strumento, seppur valido come lo "Spin-Off". Il sistema Universitario, per essere funzionale al progetto strategico di accrescimento della competitività nazionale attraverso l'Innovazione, potrebbe dotarsi di un sistema interno di carriere

meritocratico, basato sia sul reale riconoscimento del valore scientifico delle competenze dei ricercatori, ma anche sulla capacità di creare innovazione spendibile sul piano del business. Da parte loro le Imprese dovrebbero avvicinarsi al mondo dell'Università per tradurre le esigenze di innovazione sul mercato in requisiti identificabili dal contesto scientifico Universitario. Di questo processo, di avvicinamento tra mondi così distanti, dovrebbero farsi carico le Istituzioni, attraverso riforme e progetti funzionali e mirati. Non è un obiettivo di facile conseguimento, ma è fondamentale dare priorità strategica all'argomento sul piano Istituzionale.



FORMAZIONE ED INNOVAZIONE: LA RISPOSTA ALLA CRISI.

La crisi attuale dell'economia impone alle aziende la necessità di adottare azioni e contromisure idonee a salvaguardarne competitività ed efficienza. L'alternativa che si presenta è tra l'adozione di politiche di riduzione dei costi atte a preservare la marginalità nel breve periodo e l'attuazione di piani d'investimento aperti all'introduzione di innovazioni su tutti i livelli, da quello organizzativo a quello produttivo.

Il mondo istituzionale sembra accordare la propria preferenza alla seconda soluzione. Già nel 2003, in una comunicazione del 10 gennaio, la Commissione europea invitava gli Stati membri ad investire risorse sufficienti nell'istruzione e nella formazione, i settori che svolgono il ruolo decisivo nel perseguimento dello scopo strategico stabilito dal Consiglio di Lisbona: fare dell'Unione Europea l'economia della conoscenza più competitiva e dinamica del mondo. Lo stesso Capo dello Stato ha recentemente definito la formazione come "la leva fondamentale per la crescita dell'economia", mentre il Presidente Dona dell'Associazione Nazionale Consumatori, pur salutando con favore la decisione del Governo di riversare ingenti risorse destinate dal C.I.P.E. in favore delle infrastrutture, ha ribadito come "è assolutamente necessario nell'attuale crisi economica investire grandi risorse anche nella ricerca e nell'alta formazione per ridare slancio al sistema Paese".

D'altro canto, mai come nei periodi di rallentamento economico, l'istanza che emerge forte dal mondo produttivo è quella di formare manager pronti a fronteggiare la complessità e l'incertezza dell'economia e professionalità competenti, duttili, in grado di ricoprire incarichi e mansioni diverse.

Attenzione particolare va quindi rivolta al bisogno delle piccole e piccolissime imprese del nostro territorio di consolidare la propria cultura organizzativa, manageriale e tecnica allo scopo di rafforzare la capacità di far fronte ai cambiamenti.

In questo contesto s'inserisce opportunamente l'azione del Fondo

paritetico interprofessionale Formazione PMI (FAPI), l'associazione costituita da Confapi, CGIL, Cisl, e Uil e rivolta alla promozione di attività di formazione continua dei dipendenti delle piccole e medie imprese. Con l'Avviso1/2009 il FAPI rende noto di aver stanziato risorse pari a 6.500.000 Euro nell'intento di "supportare le imprese ed i lavoratori nell'attuale crisi economica finanziando interventi di sviluppo delle competenze a sostegno della competitività e dell'innovazione, del lavoro e dell'occupazione". Lo strumento adottato per la realizzazione di quest'obiettivo è il Piano Formativo, un programma organico di interventi di politica formativa, concordato e firmato dalle parti sociali, ai relativi livelli di rappresentanza. Ciascun Piano Formativo è costituito da uno o più Progetti di formazione, realizzati dal soggetto proponente in armonia con le misure indicate dal FAPI stesso e secondo linee che favoriscano, quando possibile, momenti di collaborazione con l'offerta formativa delle Regioni. Tuttavia, le risorse finanziarie stanziate in favore della Regione Abruzzo ammontano a soli 180.000 Euro.

La cooperazione tra i settori istituzionale ed aziendale nella materia della formazione, necessaria anche ad arginare la situazione di stallo in cui versa oggi il mercato del lavoro, rappresenta un'occasione di rilievo per i giovani che si affacciano al mondo del lavoro e per i professionisti determinati a conservare e rafforzare la propria posizione. Le aziende, dal canto loro, potranno fare affidamento su personalità aggiornate e competenti con tutto ciò che ne consegue in termini di qualità e modernità del prodotto o servizio offerto.

Non è quindi paradossale sostenere che quei giovani (e non solo) che intendano investire sulla propria conoscenza debbano guardare alla crisi addirittura come ad un'opportunità. Nello scenario che va profilandosi, infatti, risulteranno vincenti coloro che siano in possesso delle competenze adeguate al rapido inserimento in azienda e, con riguardo a chi in azienda c'è già, che siano capaci di assumersi repentinamente nuovi compiti e nuove responsabilità.



La sede dell'API TERAMO.



Le piccole e medie imprese rappresentano la cosiddetta asse portante dell'economia europea e nazionale. In Europa la piccola e media impresa è presente con 23 milioni di imprese che danno lavoro a 100 milioni di persone e garantiscono comunque la coesione e la stabilità sociale. Al livello europeo, la piccola e media impresa gioca un ruolo importante nella crescita della produzione che si può quantificare nel 60%. Le piccole e medie imprese italiane rappresentano un esempio eccellente di innovazione dei processi e le stesse contribuiscono a dare un apporto di conoscenza e capacità dell'economica di base europea.

La settimana europea delle PMI nasce dalla volontà della Commissione Europea di incrementare la nascita di piccole e medie imprese in quelli Stati

Membri dell'Unione che ancora non hanno esperienza imprenditoriale. Purtroppo la settimana europea si svolge in un scenario economico europeo e mondiale molto critico, dove sembrerebbe che l'impegno principale degli Stati Membri e in particolare delle PMI sia resistere all'ondata contraria economica. La CONFAPI, che rappresenta circa 60.000 piccole e medie imprese italiane, si sta impegnando attivamente verso le proprie consociate attraverso iniziative concrete che riguardano l'aspetto finanziario, l'aspetto rapporti istituzionali, l'aspetto di sviluppo internazionale. Per la CONFAPI la crisi economica non significa solo preservare l'esistente, là dove è possibile, ma soprattutto cercare opportunità di sviluppo, ad esempio investendo in ricerca. Gran parte delle aziende consociate hanno trovato una chance nel mercato interno perché già da tempo hanno investito e stanno ancora investendo in ricerca, sinonimo di qualità e competitività. Con riferimento all'importanza del ruolo che può giocare la ricerca, sembra significativo sottolineare, anzi-

tutto, come la collaborazione tra piccole e medie imprese e le università possa rappresentare una risorsa vincente contro la crisi ed anzi tali forme di sinergie possono essere considerate come delle vere e proprie incubatrici di sviluppo, che in taluni casi possono diventare catalizzatori di risorse dall'estero.

Nel sostenere la ricerca e le possibili sinergie con il mondo delle imprese, ci troviamo in totale accordo con l'orientamento della

Commissione europea che si sta, da alcuni anni, impegnando nella promozione, anche sul piano finanziario, dei c.d. Clusters. Con questo termine si intendono quelle aggregazioni costituite da centri di ricerca, università e PMI all'interno di una stessa area geografica, che

siano finalizzate a creare servizi e prodotti innovativi competitivi a livello nazionale e mondiale. L'obiettivo, quindi, diventa quello di far comunicare tra loro i mondi dell'industria, della ricerca e della formazione, per potenziare la competitività delle imprese, sviluppare l'occupazione e far partecipare le PMI a progetti dal contenuto altamente innovativo.

I cluster rappresentano, dunque, delle promettenti piattaforme per promuovere l'innovazione e il rafforzamento della competitività delle imprese, in particolare delle PMI. La cooperazione può risultare, ancora una volta, la strada migliore per affrontare la concorrenza globale e creare più posti di lavoro nel territorio dell'Unione europea. Sostenere i clusters - al pari di quanto sta facendo, tra gli altri, il governo francese con una serie di incentivi - pur tenendo presenti gli specifici contesti industriali e scientifici nazionali, diventa così un modo per trainare il tessuto delle piccole e medie imprese e di creare nuova occupazione.



CONFAPI

PRIMA SETTIMANA EUROPEA DELLE PMI '09

PICCOLE IMPRESE, GRANDI IDEE



Arcadia
ARREDI E PARETI PER UFFICIO

GRUPPO Penta

Sede e Produzione: Castelnuovo Vomano (TE)
Tel 0861.570221 Fax: 0861.570242
WWW.GRUPPOPENTA.EU



U
R
A
N
O