

## **L'eccellenza, ovvero persone, terra e prodotti**

Il concetto di eccellenza è apparentemente in continua evoluzione: la sensibilità del mercato negli anni '80 era rivolta alla qualità dei prodotti, negli anni '90 al rispetto dell'ambiente.

Al management che si pone oggi le seguenti domande: “Come posso migliorare la competitività della mia azienda? Cosa richiede il mercato?”, sembra possibile dare una risposta che affonda le radici nel tempo.

Infatti, vi siete mai domandati cosa hanno in comune le imprese che operano da oltre cento anni, oltre la soglia dei 150 milioni di euro di fatturato, con identità societaria costante?

La nostra analisi ha evidenziato un DNA comune: forte radicamento sul territorio, continuità di governance, assenza dal panorama borsistico, lungimiranza e spirito innovativo.

In sintesi, l'impresa vincente nel tempo è risultata essere quella che si relaziona al cliente in modo da favorirne la crescita in termini di conoscenza e consapevolezza, alimentando sentimenti di fiducia nei portatori d'interessi, ovvero tutti quei soggetti che influenzano o sono influenzati dalle attività aziendali.

Nessuno si stupirà sentendomi affermare che le variabili chiave per determinare il successo, e quindi l'eccellenza di un'impresa, sono le seguenti: persone, terra e prodotti.

In un'economia basata sulla conoscenza, in cui per la maggior parte delle imprese il valore delle persone risulta la maggior voce dell'attivo, il contributo del capitale umano è fondamentale.

Le imprese eccellenti aiutano il personale a crescere con programmi di formazione continua, assicurano un trattamento economico equo, garantiscono un ambiente di lavoro piacevole, implementano uno stile di comunicazione interna aperto ed onesto. Gestire con eccellenza il capitale umano significa molto di più della sola capacità di

attrarre le persone giuste, adottare programmi di formazione continua, e dare voce ai suggerimenti del personale: equivale a favorire la prosperità dell'impresa, accrescere la fiducia dei dipendenti, migliorare l'efficienza ed il livello di sicurezza interni.

Per quanto riguarda il legame con il territorio di riferimento, non è più sufficiente affermare che le imprese contribuiscono alla società semplicemente creando occupazione e ricchezza. Il successo di un'impresa dipende dal consenso di cui gode nella comunità.

Le imprese eccellenti della nostra regione godono anche di solide relazioni con la comunità, di cui sono parti attive.

Rispettare le priorità e le preoccupazioni della comunità locale, dimostrare comprensione del più ampio ruolo che l'impresa ha nella società, sono tutti fattori di crescita fiduciosa.

Investire nella comunità non è solo filantropia: mostrarsi sensibili ai bisogni della comunità favorisce la reputazione di "buon datore di lavoro", attrae giovani con alto potenziale e nuovi clienti. Anche l'innovazione è più favorevole in organizzazioni che sono aperte a nuove idee ed opinioni: impegnarsi con un cerchio allargato di stakeholder può esporre le imprese a nuove prospettive che stimolano l'innovazione.

Alcuni esempi di imprese che hanno fatto di persone, terra e prodotti il mix del proprio successo?

Per il settore agro-alimentare, penso al vigneto delle Terre Rosse di Enrico Vallania. Questa etichetta è riuscita ad imporsi tra le migliori in Italia grazie alla passione della proprietà per lo studio e la ricerca, sperimentando vie e modi per il miglioramento della qualità, provando ed eliminando varietà di vitigno fino a trovare quelli che meglio si addicevano alle terre argillose delle nostre colline, ricche di calcare e ferro. Selezione clonale del microclima del vigneto, sperimentazione dei sesti d'impianto, sfooltimento dei grappoli, vendemmia frammentata, costituiscono oggi alcuni dei principali spunti di ricerca.

Rigore e sperimentazione sono stati applicati alle tecniche di produzione e vinificazione, partendo dal presupposto che i vini si debbano fare in campagna

secondo la vocazione del terreno, limitando al massimo ogni intervento umano, dalla concimazione alla lotta antiparassitaria e alla chimica enologica.

Passione delle persone coinvolte, rispetto per il territorio e attenzione al prodotto: questi sono i segreti del successo e dell'eccellenza dell'etichetta Vallania.

Lo stesso può dirsi per l'azienda Pizzoli, un'avventura cominciata nel lontano 1926, e ormai giunta alla terza generazione. Il 90 per cento del prodotto utilizzato nel settore consumo viene coltivato ancora nel bolognese, in particolare nelle campagne intorno a Budrio, terre storicamente rinomate per la produzione di tuberi di grandissima qualità, caratterizzati dalla presenza di selenio. E' difficile pensare ad un legame con la comunità circostante più forte di questo: la filosofia della Pizzoli è quella di considerare il territorio come un autentico patrimonio fatto di uomini, tradizioni ed esperienza. Con gli agricoltori, infatti, non è stato instaurato un semplice rapporto di fornitura, bensì una vera e propria collaborazione, fortemente coinvolgente per entrambe le parti, e di elevato impatto innovativo.

Ancora, Alcisa, famosa per essere la regina delle mortadelle (il marchio DUE TORRI esplicita chiaramente cosa intendo per radicamento sul territorio), continua a tenere alta la bandiera della tradizione alimentare bolognese e produce le tipiche specialità salumaie petroniane, impreziosite attraverso l'appassionata opera di abili salaroli, lardaroli e salsamentari.

Ma la nostra regione non eccelle solamente per esempi nel settore agro-alimentare. Il settore meccanico, ad esempio, è ormai celebre.

Anche il settore delle telecomunicazioni vanta un esempio di eccellenza: è il caso di HI-TEL, azienda di Ozzano, che per prima ha introdotto la funzione SMS sui cordless e che presto conosceremo nelle nostre case con il videotelefono su linea analogica. L'innovazione a 360 gradi è il segreto di questa azienda.

Mi sposto nella vicina Romagna per fare un velocissimo richiamo all'attività di Technogym, consacrata da Business Week come massimo rappresentante dei "campioni nascosti" della piccola e media imprenditoria europea. Il gruppo romagnolo guida un drappello di 25 imprese che il settimanale americano descrive

come eccellenti per requisiti quali autonomia nella gestione delle risorse finanziarie, impiego di personale di elevato livello professionale, capacità di fornire servizi di alto profilo ai propri clienti, innovazione e qualità dei prodotti sviluppati, grande attenzione agli investimenti in Ricerca e Sviluppo.

Persone, terre e prodotti sono alla base dell'eccellenza. Alle aziende che desiderano acquisire un vantaggio competitivo il compito di esplicitare il proprio impegno sui tre versanti, attraverso il bilancio sociale, l'adozione di standard etico-sociali e la tracciabilità di filiera.