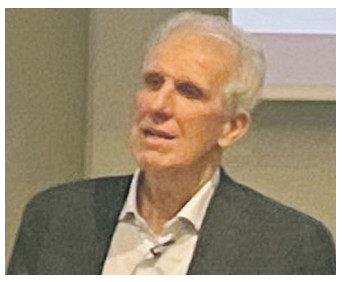

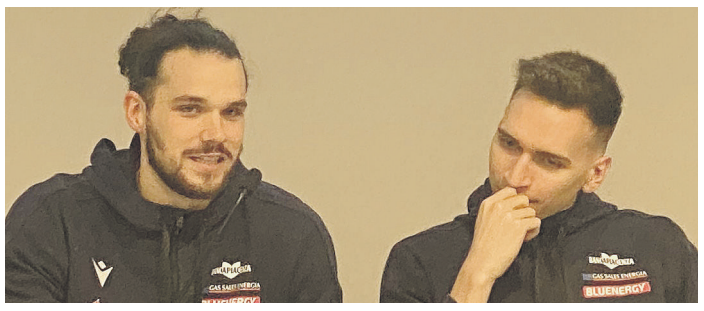

Da sinistra Pietro Boselli, Giuseppe Bongiorni, Elisabetta Curti e Vincenzo Cerciello; a lato Gianfranco Curti e Daniele Fornari e sotto gli atleti del volley Antoine Brizard e Yuri Romanò _FOTO PRATI

Rem-Lab e Gas Sales Bluenergy Volley Piacenza «Coraggio delle idee e ottimismo costruttivo»

Come affrontare le sfide in un contesto complesso. «Investire nella felicità dei dipendenti significa investire nell'azienda»

Matteo Prati

PIACENZA

Un antico proverbio africano recita: "Se vuoi andare veloce vai da solo, se vuoi andare lontano procedi insieme". Uno spunto che riesce a riassumere efficacemente il momento storico che stiamo vivendo, un passaggio solcato da repentini cambiamenti di paradigmi sociali, tecnologici, economici e valoriali. Un momento da affrontare affidandosi al gioco di squadra, tornando a fraternizzare con il concetto de "l'unione fa la forza". Se ne è parlato in Cattolica, nell'aula Piana. Manager, imprenditori, sportivi, a confronto, durante un incontro promosso da Rem-Lab, il Centro di Ricerca sul Marketing dell'Università Cattolica di Piacenza in collaborazione con la Società Sportiva Gas Sales Bluenergy Volley Piacenza. L'obiettivo dell'iniziativa è stato quello di discutere le sfide aziendali che le imprese devono e dovranno affrontare in un contesto di crescente complessità e discontinuità rispetto al passato combinando le trame che circoscrivono il mondo dell'economia con quelle che perimetrano il mondo dello sport, in particolare il microcosmo della pallavolo. A coordinare i lavori e gli interventi è stato il professor Daniele Fornari, direttore di Rem-Lab: «Mettere a fuoco le sfide e i valori dell'epoca che stiamo attraversando è prioritario. Si tratta dell'epoca della complessità che sta condizionando stili di vita, aspettative e il modo di intendere il lavoro. I valori sono elementi fondamentali in un'organizzazione, costituiscono un punto di riferimento costante, anche in periodi di cambiamento. L'epoca è caratterizzata da grandi discontinuità. Dalla rivoluzione digitale alla pandemia, dalla recessione demografica al cambiamento climatico, dall'immigrazione alla guerra, all'inflazione. Una fase che gli inglesi hanno definito "permacrisis", una situazione di grande incertezza, con un clima di sfiducia e livelli di preoccupazione elevati. Importante, quindi, riflettere su alcuni valori fondamentali: visione, competenza, gioco di squadra, orientamento al problem solving, la competenza, ma anche la relazione tra persone, imprese e istituzioni. La relazione è un fattore critico di successo in molte realtà. E infine attenzione ad un ottimismo consapevole. Sono tanti gli studi che sottolineano l'importanza della felicità imprenditoriale: il pessimista si lamenta del tempo, l'ottimista "aggiusta le vele" alimentando uno spirito costruttivo». Investire nella felicità dei dipendenti significa investire nell'azienda, i lavoratori soddisfatti sono più produttivi. «Per fare scelte condivise ed efficaci serve il coraggio delle idee - ha commentato Elisabetta Curti, presidente della società sportiva Gas Sales - per il nostro team di lavoro il concetto del "fare squadra" è un punto fermo. Noi facciamo squadra per Piacenza, per esaltare il territorio. Per vincere la sfida della complessità, per restare al passo di un mondo che cambia con una velocità impressionante serve correre il doppio. Nessuno può permettersi di restare fermo, bisogna sempre essere in movimento, anticipare le mosse della concorrenza perché quando pensi di aver capito la direzione sei già in ritardo sulla tabella di marcia». Il valore del coraggio imprenditoriale, che è al centro delle principali direttive strategiche, scorre nelle vene di Gianfranco Curti, padre fondatore della CGI Holding: «Il ricordo dei miei primi passi è indelebile. Non mi sono mai tirato indietro, ho lavorato nei trasporti e nelle assicurazioni fino all'idea folgorante di portare il gas dove non c'era, in Friuli. La tradizione dei "gasisti" piacentini è ben nota. A fare l'imprenditore si può imparare ma con quella vocazione ci si nasce. La forza di un imprenditore? Sapersi destreggiare in territori inesplorati. Il segreto? Imparare a distinguere le battaglie che si possono vincere da quelle perse in partenza e saper diversificare le attività. Quando ho cominciato era il periodo del boom economico, ottenevi risposte immediate in qualsiasi settore. Oggi è tutto più difficile. Ma quando la strada è in salita si arriva in cima con maggior soddisfazione. Le aziende sono fatte delle persone, la qualità del capitale umano fa sempre la differenza».

I RICORDI DELLO ZORRO DELLA PALLAVOLO

«Nel '98 le regole furono stravolte, chi si adeguò subito continuò a vincere»

È stato uno dei ragazzi d'oro di quella che è stata definita la "generazione di fenomeni" della pallavolo italiana. Quelli della nazionale che negli anni '90 vinse tutto tranne l'oro alle Olimpiadi di Atlanta. Andrea Zorzi, "Zorro", uno di loro. L'ex pallavolista, oggi opinionista e analista, ha partecipato all'evento promosso da Rem-Lab e Gas Sales, sollecitato dalle domande del professor Fornari. Andrea ha deciso di dedicarsi alla pallavolo, quasi per caso, a 16 anni. «Un professore del liceo classico mi domandò: "Sei così alto, perché non provi a giocare a pallavolo?". L'altezza è diventata improvvisamente la mia miglior alleata dopo averla vissuta come un disagio. Lo sport, paradossalmente, insegna solo attraverso la sconfitta. Ai giovani suggerisco di focalizzarsi su quello che è il loro ruolo. Velasco ripeteva spesso che se un giocatore, anche solo per un istante, pensa a cosa farebbe se fosse allenatore sta sprecando il suo tempo. Mi accorsi che perdevo molte energie in altro. Lo sport non è come la vita, lo sport è un luogo codificato, pieno di regole. Il mondo sportivo è in bianco e nero, si vince o si perde, mentre la vita non è un gioco a somma zero, ha tante sfumature. È così anche in azienda». La pallavolo di ieri e quella di oggi, differenze cruciali.

Andrea Zorzi

«Nel '98 le regole furono stravolte - ricorda "Zorro" - niente più cambio palla e introduzione del libero. Chi si è adeguato rapidamente ha continuato a vincere». Ad ascoltarlo in platea anche due atleti in piena attività, Antoine Brizard e Yuri Romanò della Gas Sales Bluenergy Volley Piacenza: «Siamo pronti e vogliamo essere fiduciosi per la gara di questa sera contro Trento».

«Il valore del gruppo - ha commentato Antoine - risulta decisivo per raggiungere traguardi importanti». «Il clima vincente – aggiunge Romanò - si crea attraverso i rapporti quotidiani, in palestra, sul campo, palla dopo palla, ragionando sulle sconfitte e non esaltandosi troppo nelle vittorie. In quei meandri nasce l'amicizia e la possibilità anche di dirsi cose scomode. I leader tecnici sono diversi dai leder carismatici. Leader può essere anche un giocatore che gioca poco, ne abbiamo incontrati tanti».

Allenatori di riferimento? «Ho avuto la fortuna di trovare dei mister che hanno creduto in me – ricorda Yuri – per il successo al mondiale cito Fefè De Giorg».

L'ottimismo? «Per quanto mi riguarda – dice Antoine - lo sono molto nello sport ma poco nella quotidianità».

E scartabellando tra i sogni nel cassetto sbucano prospettive limpide. «Per me – conclude Yuri – è la laurea in Economia qui in Cattolica». «Io, terminato con lo sport agonistico – chiude Antoine - vorrei allenare i giovani, farli crescere ma soprattut6o dare priorità alla mia famiglia».

_Mat. Pra

«Il gruppo è decisivo per raggiungere traguardi» (Antoine Brizard)

Risorse umane cura del cliente e giusta leadership

La testimonianza degli imprenditori sulle strategie vincenti in grado di reinventarsi

Il valore dell'esperienza aziendale, tra risorse umane da custodire gelosamente e fattori che pesano sulle performance della singola impresa. Occhi sul tavolo dei relatori che hanno accolto l'invito di Rem-Lab e Gas Sales. Gli interventi hanno cominciato a prendere vigore con le parole di Giuseppe Bongiorni, direttore generale di CGI Holding Srl, gruppo che controlla Gas Sales e Blue Energy: «Abbiamo saputo preparare un piano industriale ambizioso e ci apprestiamo a rilanciarlo per il 2023\2027 andando incontro a sfide strutturali epocali. Nel 2022 abbiamo superato il miliardo di fatturato, il più alto della provincia di Piacenza. Tre sono gli elementi a cui rivolgiamo la nostra attenzione: il cliente, le strategie e la leadership per attuarle. Stiamo pensando ad un progetto, ancora a livello embrionale, di academy che possa coinvolgere giovani diplomati e laureati per farli crescere agevolando la fidelizzazione alla nostra filosofia, una proposta che porti valori e nuove competenze». Il vicedirettore generale della Banca di Piacenza, Pietro Boselli, dialogando con il prof. Fornari, ha aggiunto: «In questi anni di forte discontinuità abbiamo elaborato una strategia, soprattutto a seguito della pandemia, che tutelasse i clienti, imprese e famiglie, attraverso le moratorie, con l'inserimento di liquidità che potesse servire in quei momenti a calmare la situazione. L'esperienza ci suggerisce di non dimenticare l'importanza del contatto diretto e fisico, tra cliente e operatore. In questo senso il valore del gruppo di lavoro, dei collaboratori, è fondamentale per ottenere risultati». Parola a Vincenzo Cerciello, vicepresidente Nordmeccanica: «Il termine ottimismo è una delle parole d'ordine in azienda. Lo è diventata soprattutto dopo le vicende legate al Covid. Noi esportiamo in tutto il mondo, a causa della pandemia abbiamo dovuto reinventarci. Ottimismo, digitalizzazione, sostenibilità ambientale, sono i cardini a cui vogliamo appoggiarci oltre alle relazioni sul territorio. Le relazioni rappresentano un'opportunità per crescere e migliorare la "supply chain", la catena di approvvigionamento che va dal fornitore al produttore fino all'utente finale». Cristina Ponginibbi, che dirige il Gruppo Ponginibbi insieme al fratello Giacomo, ha chiosato: «La mobilità privata resta cruciale in una società in costante sviluppo. L'acquisto dell'auto è diventato più consapevole. Il cliente deve sentirsi libero di interrogarsi prima di ricevere dai nostri operatori le risposte più adeguate. C'è una crescente sensibilizzazione dell'opinione pubblica verso il tema della mobilità sostenibile». A seguire le considerazioni di Veronica Campogiani di Adecco Italia: «Incertezza e discontinuità hanno rivoluzionato il nostro approccio al capitale umano. Le motivazioni al lavoro e il senso di appartenenza delle persone, ad una certa realtà aziendale, non dipendono solo da condizioni monetarie ma anche da quelle non monetarie, della sfera privata.

Per la prima volta nella storia, in azienda, si incrociano quattro generazioni (boomer, generazione x, millennials, generazione z), con leve motivazionali e aspirazioni assolutamente eterogenee». _Mat.Pra

«Nel 2022 abbiamo superato il miliardo di fatturato» (Bongiorni CGI Holding Srl)