



**SIATE MULTICULTURALI E MULTINAZIONALI NATIVI.
TENETE SEMPRE LA VALIGIA IN MANO**

LUCA BELENGHI **CEO GRUPPO TESSILE MONTI**

ALUMNUS INGEGNERIA MECCANICA 1985

SIATE MULTICULTURALI NATIVI

Raccolgo con piacere l'invito a ragionare sugli scenari del futuro per immaginare possibili percorsi di sviluppo delle competenze che possano aiutare un giovane collega di oggi a massimizzare le sue potenzialità di crescita nei decenni a venire. Compito invero alto ma arduo, nel difficile contesto attuale, caratterizzato com'è da accelerazioni e discontinuità senza

pari sul fronte tecnologico, dagli effetti deterioranti della “globalizzazione” e dalla peggior crisi di sempre dell’era globale sul fronte quello dell’economia reale e del business.

Provo a volare alto immaginando l’evoluzione di alcuni trend di lungo periodo che osservo consolidarsi nel settore industriale di cui da sempre mi occupo, il tessile/abbigliamento/moda/lusso: integrazione e digitalizzazione delle filiere produttive e distributive, consumer centric evolution, personalizzazione dei consumi affluenti vs codificazione di quelli aspirazionali.

Agli albori del nuovo secolo, il consumatore finale è la figura dominante al centro della scena di business, nella sua specifica individualità. Avrò accesso immediato, da qualunque luogo, ad una gamma infinita di informazioni ed esperienze di acquisto, multisensoriali e pienamente virtuali senza alcuna necessità di dislocarsi fisicamente nello spazio. La distribuzione al dettaglio, così come la conosciamo oggi, ne risulta completamente ridisegnata. Il retail tradizionale esisterà solo in quanto saprà soddisfare un surplus di esperienze per il consumatore, rispetto a quanto possibile nel mondo virtuale; come “destinazione” in centri di aggregazione fisica, in-

trattenimento pubblico nel tessuto sub e peri-urbano delle grandi metropoli e, verosimilmente, nell’iper-lusso delle high-street. Tutto il resto sarà digitale e virtuale.

La personalizzazione di forme e dimensioni, dell’estetica, delle prestazioni funzionali del prodotto sarà la modalità prevalente di scelta nei segmenti premium. L’immediata disponibilità di gamme pre-codificate di prodotti, resi virali dall’arte della comunicazione one-to-one, sociale e globale, dominerà la distribuzione di massa.

Le supply-chain conetteranno ad alta velocità il singolo consumatore, i centri di distribuzione e le fabbriche, digitalizzate dalla progettazione del prodotto a “bordo macchina”, verticalmente integrate e strutturate su processi collaborativi, snelle nella gestione del flusso del valore, diffusamente automatizzate. Saranno anche prevalentemente accentrate, ahimè, nelle zone periferiche del mondo, in grado di garantire i costi di produzione più bassi per i prodotti di massa. Solo i prodotti di eccellenza potranno avvalersi di supply-chain dislocate nei territori delle competenze distintive. Il controllo delle fonti da una parte e dell’interfaccia cognitiva e distributiva dall’altra saranno i fattori compe-

titivi determinanti.

La qualità intrinseca del prodotto bello e ben fatto, l’eccellenza nel saper cogliere e creare i nuovi bisogni del consumatore, coniugando con sapienza e creatività le migliori materie prime, canoni estetici in linea con il tempo, un mondo valoriale ed una personalità di marca forte e distintiva, processi industriali efficienti ed eco-responsabili per soddisfarli in modo efficace, continueranno, a mio avviso, a fare la differenza nei segmenti premium, in un contesto di mercato sempre più affollato da pretendenti ad una quota sostenibile.

Tutti questi elementi collaborano a dare vita ad un mondo ad intensità competitiva fortemente crescente, anche sul fronte delle tecniche e delle competenze, sia per i marketer che per i gestori ed integratori della complessità industriale e di business che ne deriva. Non esistono una formula ed un modello comportamentale universalmente validi, ma è possibile dare alcuni semplici suggerimenti.

•Siate sempre curiosi ed affamati di conoscenza.

•Siate multiculturali e multinazionali nativi. Tenete sempre la valigia in mano (insieme al vostro smartphone preferito). Appena possibile, andate all’estero per ampliare il bagaglio delle esperienze lavorative ed accademiche.

•Soprattutto all’inizio, perseguite il sogno, l’idea, il progetto delle vostre ambizioni ed affinità elettive e privilegiatelo alle materialità immediate.

•Non mollate mai. Siate umili e fate squadra. Imparate dagli errori.

•Mettete i vostri talenti e le vostre competenze, la passione e la determinazione senza le quali ogni meta ardua è preclusa, al servizio delle idee, degli obiettivi comuni di progetto, degli altri.

•Lavorate e rafforzate la vostra leadership e la capacità di connettere e guidare gli altri alla meta comune.

Secondo la mia esperienza professionale, confido che questi consigli possano essere un buon viatico per perseguire al meglio le vostre ambizioni e, con l’aiuto della Provvidenza e di un pizzico di fortuna, arrivarci il più vicino possibile.