



Il nostro esperto

* Giampaolo Colletti è un manager di impresa e giornalista. Collabora col Sole24Ore scrivendo di innovazione e marketing. Ha fondato la community dei lavoratori della rete wwworkers. Ha scritto libri per Gruppo24Ore, Egea, Hoepli.

Evitare accuratamente i solisti e abbattere i silos. Le nuove frontiere del business passano dal gioco di squadra. Una partita plurale che coinvolge grandi e piccole aziende

ALLEANZE VINCENTI NEL NUOVO MONDO

Se c'è una lezione che hanno imparato sulla loro pelle le aziende, è che per vincere le sfide globali legate all'emergenza sanitaria, economica, ambientale non conviene più giocare da solisti. Così emerge chiaramente che dopo lo tsunami legato al Covid-19 si imporranno sempre di più quelle imprese che sapranno allearsi per scalare mercati, generare valore, rispondere in tempo reale alle sfide globali. Lo ha evidenziato poche settimane fa anche l'*Harvard Business Review*: non abbiamo più bisogno di silos, ma di costruire ecosistemi integrati. "Le aziende avranno bisogno di tutti gli strumenti di cui dispongono per sopravvivere alla recessione e rilanciare le loro attività: dovranno ricalibrare le operazioni, riallocare le risorse e in alcuni casi reinventare completamente i modelli di business. Ecco perché in molte realtà le joint venture e le partnership svolgeranno un ruolo sempre più strategico soprattutto per 2 elementi: da un lato la necessità di condivisione dei costi, dall'altro la modalità di posizionamento per la crescita" hanno scritto James Bamford, Gerard Baynham e David Ernst sull'*Harvard Business Review*.

NUOVA IDEA DI RETE

"Un modo per passare dalla contingenza del *just in time* al valore del lavoro in comunità con il *just in case*": così ha scritto il *Financial Times*. Un ragionamento sistemico e di visione a medio-lungo termine. Così è nella squadra trasversale e allargata che si possono trovare le risposte più mirate per questo nuovo tempo sospeso. Una squadra che guarda ben oltre i confini ristretti delle mura aziendali. Ma attenzione. Non è una partita che riguarda soltanto i grandi colossi. Perché le alleanze fanno bene a tutti i livelli. Proprio per disegnare nuove strategie di business, Mike Chove e Annabel Gutterman su *Time* hanno raccontato la



© Idris Solomon

straordinaria storia di Bookshop.org, piattaforma di risposta al colosso Amazon, impegnata ad aggregare piccole librerie indipendenti unite per vendere online. A metterla in piedi, nel gennaio 2020, Andy Hunter. Oggi la piattaforma conta 560 librerie, erodendo al momento l'1-2% del mercato.

IMPARARE A ESSERE "UNICI"

Un'altra lezione arriva dalla Toscana. Proprio tra le colline nasce Unici, un consorzio che aggrega più eccellenze enogastronomiche del territorio: c'è l'azienda di olio, c'è quella dei tartufi, c'è lo storico biscottificio, c'è il pastificio. Ma la forza è guardare anche oltre i confini regionali, aggregando chi produce aceto balsamico a Reggio Emilia o i capperi nell'isola di Pantelleria. Sette amici produttori, interpreti delle più virtuose realtà della gastronomia italiana, uniscono i propri talenti, lavorando insieme per raggiungere obiettivi. Sette località votate all'internazionalizzazione attraverso produzioni speciali: Prato, Forcoli (Pi), Albinea (Re), Monte San Pietrangeli (Fm), Fossacesia (Ch), Pantelleria e Firenze. Come diceva il vecchio adagio: da soli si va più veloci, ma insieme si va più lontani.

