

ECONOMIA | IMPRESE

Volumi d'affari

Tecnologia e donne, storia a lieto fine



Sadie Plant Zero, Uno. Donne digitali e tecnocultura, Luiss, 2022

Donne e tecnologia, una storia d'amore a lieto fine. La pensano così dalle parti della Luiss che ha recentemente edito un volume firmato da Sadie Plant, ricercatrice della Cybernetic Culture Research Unit, fondata proprio da Sadie Plant, con Nick Land, all'inizio degli anni Novanta sulla interazione fra digitale e femminismo usando un approccio ne accademico ne pedante ma divulgativo e immediato. «La tecnologia è sempre stata donna, in quanto l'attività della tessitura, che per molto tempo è stata giudicata socialmente come un'esclusiva femminile, è stata la vera protagonista dell'industrializzazione a cavallo tra il XVIII e il XIX secolo, che fiorì e prosperò proprio grazie al settore tessile» scrive Plant, che aggiunge: «la tessitura è tornata a reclamare il suo ruolo nella storia delle macchine anche con la nascita della rete internet». In generale la tecnologia ha sempre avuto un certo ruolo di rottura, «di tutti i media e le macchine emersi alla fine del ventesimo secolo, la rete è quella che più coincide con la forma di questo nuovo mondo distribuito e non lineare».

Indiscutibilmente le donne lineari non sono ma non per questo meno capaci. Troviamo nel volume gli excursus su Ada Lovelace, riflessioni interessanti su Donna Haraway così come i ritratti delle tante altre protagoniste della storia dell'informatica. «Nonostante possa sembrare che l'obiettivo degli esseri umani sia quello di rimanere immutati - afferma Plant - ben presto diventa chiaro che fin dall'inizio il sistema stava proprio cercando di andare fuori controllo» e che questo processo va necessariamente assecondato, pena il fallimento del sistema stesso.

S.C.



Il libro Donatella Depperu: in tempi difficili l'impresa vince con creatività e competenze

Resilienza? La chiave è la capacità di reazione

di Patrizia Ginepri



Donatella Depperu «Superare le crisi. Strategie di crescita e resilienza in settori basati sulla creatività», Ed. Vita e Pensiero, 2022.



Donatella Depperu Professore ordinario di Economia aziendale alla Cattolica di Milano.

Nel bel mezzo di una crisi economica si presentano opportunità non solo di sopravvivenza, ma di crescita. Al di là di fattori strutturali e ambientali, che sicuramente hanno un impatto significativo sulla resilienza delle imprese, sono le persone che, con passione, competenze e creatività, riescono a trovare soluzioni sempre nuove per avviare percorsi di successo.

Questa riflessione è al centro del nuovo libro di Donatella Depperu, professore ordinario di Economia aziendale all'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano, dal titolo «Superare le crisi. Strategie di crescita e resilienza in settori basati sulla creatività», edito da Vita e Pensiero. Oltre ai modelli e alle teorie che riguardano i piani di crescita, l'analisi della Depperu si focalizza sulle storie di alcune aziende che operano in settori basati sulla creatività, che rappresentano nel mondo l'eccellenza italiana. Studiare aziende resilienti aiuta a capire - secondo l'autrice - quali fattori sono risultati efficaci per superare i momenti difficili, ma anche alimentare un po' di sano ottimismo in chi intende avviare una nuova attività. Non dimentichiamo che favorire l'imprenditorialità significa contribuire allo sviluppo del Paese e, di conseguenza, al benessere delle generazioni future.

Le analisi realizzate in tema di resilienza hanno dimostrato che la pandemia ha provocato molte conseguenze negative alle imprese che operano in settori creativi, principalmente perché rispondono a bisogni non primari. La carta vincente per affrontare la congiuntura negativa è stata la flessibilità, sfruttando, ad esempio, le

opportunità offerte da Internet, per rivedere il modello di business. In generale, secondo la Depperu, non sono determinanti solo le risorse finanziarie o tangibili per essere resilienti. Risultano fondamentali anche le capacità di reazione che l'azienda può mettere in campo nel momento in cui deve affrontare situazioni di crisi, scenario in cui può incidere la formazione manageriale, soprattutto nei processi di rafforzamento delle imprese di minori dimensioni.

Se è così la domanda è d'obbligo: la resilienza aziendale è un carattere che esiste di per sé o può essere frutto di apprendimento? Molti studi a riguardo affermano il ruolo importante dei singoli e dei team, che devono lavorare sugli sviluppi di possibili scenari e sulle modalità per farvi fronte. Questo approccio, spiega l'autrice, è particolarmente utile per i settori basati sulla creatività, in cui operano molte piccole e medie imprese, tradizionalmente meno orientate a investire nella formazione di imprenditori e manager.

Nel libro i contributi di ricerca richiamati offrono interessanti spunti di riflessione, a cominciare dall'analisi dei

business model, a cui si affiancano le testimonianze concrete di quattro storie aziendali di successo. È il caso della Fratelli Rossetti, icona dello stile italiano nel mondo per la qualità delle sue scarpe, che ha fatto dell'innovazione nella tradizione il proprio tratto distintivo.

In questi ultimi anni, l'azienda ha cercato di aumentare progressivamente, l'utilizzo delle tecnologie digitali in ottica Crm, per migliorare il rapporto con i clienti, introducendo innovazioni che stanno modificando il ruolo dei punti vendita. Il grande cambiamento va ricondotto all'utilizzo di Internet come canale di vendita, anche all'interno del negozio, che consente di accentrare la gestione delle scorte e quindi di ridurle in maniera importante. Tra gli altri casi analizzati, figura anche Mantero Seta, impresa ultracentenaria che resta uno dei pochi baluardi italiani in un settore in cui le competenze produttive e la creatività sono fondamentali.

C'è poi un focus sull'azienda di abbigliamento Save the Duck, con il suo business model che, in tempi non sospetti, si è sviluppato intorno all'idea di sostenibilità. Nata sulle ceneri di una crisi, questa realtà manifatturiera ha saputo sfruttare al meglio le vie dell'internazionalizzazione. Infine Zanellato, che produce borse da donna e rappresenta un esempio interessante di evoluzione in un contesto in cui l'imprenditore è allo stesso tempo proprietario, manager e creativo. Dal libro della Depperu arriva un messaggio positivo e incoraggiante: ci sono tanti modi per crescere ma, soprattutto, opportunità per differenziarsi, evitando l'errore fatale di rispondere solo ai bisogni transitori dei clienti.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Nei momenti di crisi si presentano opportunità non solo di sopravvivenza ma di crescita