

Corriere Adriatico

► Una ricetta per rilanciare le attività. I dati della ricerca effettuata con la Politecnica delle Marche

Manager condivisi per imprese in rete

L'ECONOMIA

Ancona

“Sono ancora troppo pochi nelle Marche gli imprenditori che scelgono di avere un manager. È una deriva preoccupante: queste aziende si tagliano da sole fuori dal mercato”. Così Paolo Moscioni, presidente di Manageritalia Ancona, nel presentare lo studio “Analisi dell'evoluzione del management delle Marche”, commissionata dalla associazione Manageritalia e realizzata da Live, spin-off della Facoltà di Economia dell'Università Politecnica delle Marche, i cui risultati verranno illustrati oggi nel corso del convegno organizzato all'Istao.

Pochi manager nelle aziende marchigiane, quindi, eppure una soluzione esisterebbe e si chiama co-managing: reti di imprese che si dividono un manager, sostenendone meglio i costi e avvantaggiandosi allo stesso tempo della sua competenza per reggere le sfide del mercato (due terzi degli intervistati sarebbero a favore di questa ipotesi). Un calo, quello del management, denunciato anche dall'Istat (-8% dal 2008 al 2012) a cui si aggiungono i

**Il prorettore Gregori
“È necessario implementare
formazione
e professionalità”**

dati della stessa ricerca che dimostrano, ad esempio, come la “conoscenza personale” sia ancora la chiave più usata per entrare in azienda - due casi su tre - e come, per la metà dei manager, la maturazione della qualifica sia avvenuta all'interno, senza formazione o preparazione specifica. Ecco perché Gian Luca Gregori, prorettore della Politecnica, ha spiegato come sia fondamentale “implementare l'attività formativa e la selezione degli stessi manager che, attualmente, avvengono la prima in azienda, con scarsi riscontri, e la seconda per conoscenza”.

La ricerca nel complesso ha confermato come lo spirito manageriale possa rappresentare

un valore aggiunto per l'intero sistema economico marchigiano. Basti verificare l'approccio dei manager intervistati verso la crisi economica, ritenuta un'occasione di sfida.

Per gli intervistati, tra le sue conseguenze, ci sono la maggiore intensità di lavoro (83,7%), la definizione di obiettivi più sfidanti (77,6%), la necessità di sviluppare nuove competenze (73,5%) e, soprattutto, l'aumento della rilevanza del ruolo del manager in azienda (53,1%). L'indagine ha preso in considerazione 70 imprese, operanti nei servizi e nel commercio, scelte da Manageritalia in base alle variabili del settore e al fatturato.



il prorettore Gian Luca Gregori