

Prefazione

di *Stefano Micelli**

Una trentina di anni fa, un importante ricercatore nel campo dell'organizzazione aziendale, Donald Schon, ha pubblicato un libro dedicato al «professionista riflessivo» (in inglese «the reflective practitioner»). Secondo Schon, il manager del futuro avrebbe dovuto farsi carico di riflettere sul proprio lavoro elaborando costantemente un bilancio della propria attività. Questo impegno a pensare in modo critico la propria esperienza, anche quella più routinaria, costituiva il punto di partenza per un processo di apprendimento individuale e organizzativo destinato a rendere competitive le imprese e a dare qualità al contributo dei singoli. Scontrandosi con una lunga tradizione che vedeva il fare e il pensare come attività separate, da attribuire a figure organizzative distinte, il libro prefigurava una nuova generazione di manager in grado di rielaborare i materiali a propria disposizione grazie al giudizio critico e attraverso il confronto con interlocutori esterni.

Questo libro di Giorgio Soffiato è un esempio di come un imprenditore, giovane, può riflettere sul proprio percorso professionale. È l'esercizio di un consulente costantemente impegnato sul fronte dell'innovazione tecnologica, che trova il tempo per ragionare e distillare una lezione manageriale da declinare al futuro. Soffiato raccoglie ed elabora l'esperienza maturata attorno ad alcuni temi chiave con cui il consulente di impresa è chiamato a confrontar-

* Professore ordinario di Economia e Gestione delle Imprese presso il Dipartimento di Management dell'Università Ca' Foscari di Venezia.

si. L'esercizio si arricchisce di testimonianze qualificate di docenti universitari, colleghi e uomini di impresa che, con il loro contributo, puntellano alcune delle tesi del libro offrendo punti di vista originali.

Il testo non evita il confronto con la complessità dei temi affrontati e con la loro instabilità endemica. Prova, invece, a mettere insieme una serie di punti fermi su cui costruire un ragionamento valido per gli anni a venire. La volontà di raccogliere una prima serie di indicazioni a partire dalla pratica consulenziale è particolarmente utile in un comparto in rapida evoluzione. La materia con cui Soffiato si confronta è instabile. Le trasformazioni innescate dal commercio elettronico e dalla comunicazione digitale tendono a travolgere le lezioni di marketing consolidate in campo accademico e a generare un esuberante moltiplicarsi di parole d'ordine che si alternano senza sosta nel gergo dei professionisti del digitale. In pochi campi come in quello del marketing digitale si registra un uso impressionante del termine «disruptive». Ora, proprio perché viviamo in una fase storica complicata, è utile sviluppare il senso critico e identificare una direzione di marcia grazie a riflessività e capacità analitica.

Il libro di Soffiato propone diverse indicazioni su come orientarci nel mondo del marketing al tempo delle reti. Il suo sforzo è meritorio perché oggi non possiamo più limitarci ad aspettare che osservatori esterni si dedichino all'indagine di fenomeni che meritano di essere messi sotto indagine in tempi limitati. Abbiamo bisogno di resoconti dal fronte che indichino traiettorie plausibili, metodi di lavoro coerenti con le sfide imposte dalla tecnologia e indicatori capaci di farci riconoscere in fretta se siamo sulla strada giusta. Un imprenditore della consulenza come Soffiato ci propone una bussola a partire dalla sua esperienza sul campo. Indica ciò che ha imparato dai tanti esperimenti che ha seguito in prima persona. Elabora e condivide un proprio metodo di intervento. È un esercizio di riflessione che merita di essere apprezzato e che, speriamo, trovi presto altri interpreti lungo la stessa via.