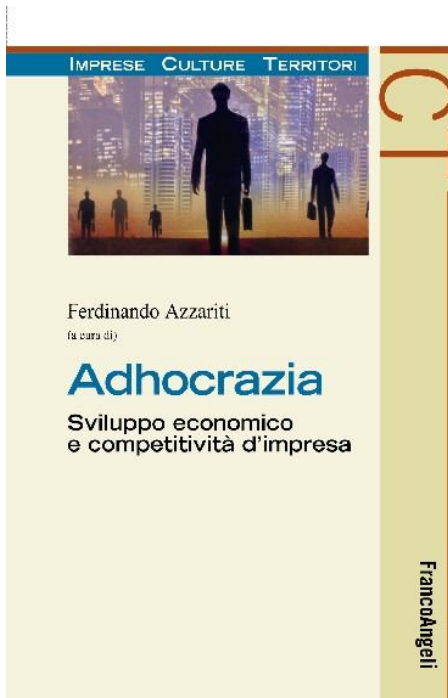


ADHOCRAZIA

Sviluppo economico e competitività d'impresa
A cura di Ferdinando Azzariti



“Adhocrazia. Sviluppo economico e competitività delle imprese” è stato il tema trattato al Sesto Salone di Impresa, che si è tenuto a Stra (Venezia) dal 4 al 5 aprile 2008. Il frutto di questa due giorni di dibattiti, di interventi, di proposte operative, di scambi con una logica di “contaminazione culturale” è appunto questo volume che vede il contributo di numerosi autori di fama nazionale ed internazionale.

Da dove nasce questa continua esigenza di nuovo?

Consumatori sempre più incontentabili, crisi dei consumi, gusti che cambiano repentinamente, soluzioni ricercate sempre più per sé: questi sono quattro fattori "esplosivi" che hanno reso tutte le aziende sempre più improntate da un lato alla personalizzazione dei prodotti e dall'altro all'unicità dei prodotti stessi, fino a far diventare le imprese "su misura" per poter catturare sempre più clienti.

Questa trasformazione - che Henry Mintzberg ha felicemente ribattezzato "adhocrazia", cioè "il potere delle cose fatte per uno specifico obiettivo" - non è cosa da poco come potrebbe apparire a prima vista: né per le imprese né per i lavoratori. Le imprese infatti sono costrette a cambiare modo di gestire la

quotidianità: devono diventare sempre più attente all'imprevedibilità, alla flessibilità dei mercati e dei consumatori. Ma soprattutto debbono stare attente alle quantità prodotte: non più dunque un mercato di massa (o di grandi quantità) ma un mercato selezionato (e di piccole quantità con una qualità più elevata).

Il libro è diviso in quattro parti:

nella prima parte “L’Adhocrazia” si affronta questo concetto organizzativo grazie al contributo di uno studioso e di numerosi uomini di impresa e delle istituzioni;

nella seconda parte “L’Adhocrazia e le competenze. Modelli e strumenti per le imprese” si analizza il tema dell’impresa che cambia attraverso la prospettiva sia dell’impresa che delle persone che vivono il cambiamento;

nella terza parte “L’Adhocrazia e i Settori che cambiano. Modelli e strumenti generati dalle imprese” due esperti, l’uno di moda e l’altro di gusto, raccontano come si stia reagendo alle difficoltà imposte dai mutamenti repentini dei mercati;

nella quarta parte “L’Adhocrazia e gli strumenti per le imprese” si analizzano infine in maniera trasversale varie opportunità emerse grazie all’innovazione sfruttate negli anni più recenti, per dimostrare che l’adhocrazia è un generatore di nuove occasioni culturali ed organizzative.