

# Due "think-tank" tra i big mondiali

Ibm e McKinsey sono rimaste le uniche tra le grandi organizzazioni a finanziare e sviluppare i propri centri studi interni vere e proprie fucine di ricerche e cervelli che passano al setaccio le più svariate dinamiche dell'economia e della finanza



## LA SCELTA

### "Tagliati" del 20% i corsi universitari

**D**al prossimo anno accademico i corsi universitari si ridurranno del 20% rispetto a quest'anno. E' l'obiettivo del ministero dell'Istruzione che prevede di "disattivare i percorsi formativi non essenziali, rendere più razionale l'organizzazione delle attività didattiche per offrire agli studenti didattica di qualità". I corsi 2007-2008 sono stati 5.879.

## VITTO DE CEGLIA

Milano

**C**on il rapido sviluppo dell'*information technology*, la conoscenza è diventata, direttamente od indirettamente, la materia prima di qualsiasi processo produttivo e la "linfavitale" di ogni orga-

nizzazione aziendale. La seconda: circa mezzo secolo fa, gli Usa producevano quasi il 53% del Pil mondiale. Oggi, questa percentuale è ridotta al 18%. Un dato sintetico che, tuttavia, dimostra come il mercato attuale sia molto più vasto e ricco di 50 anni fa. Così come dimostra quanto la concorrenza sia aumentata. Ecco allora che in un mondo nel quale i vantaggi di nuove produzioni sono sempre più difficili da sostenere, in cui si deve tentare di anticipare i cambiamenti, e dove il ciclo di vita dei singoli prodotti è sempre più breve, la conoscenza rappresenta un valore aggiunto, perché può generare rendimenti crescenti e nuove fonti di vantaggio.

In questo scenario si capisce perché, a differenza di altri gruppi, due giganti come Ibm, società specializzata nella produzione e nello sviluppo delle più avanzate tecnologie informatiche, e McKinsey, leader mondiale nella consulenza all'alta direzione di grandi aziende ed istituzioni finanziarie e governative, continuano ad investire sui loro centri studi e ricerche. Uno strumento fondamentale, secondo le due società, per ovviare agli effetti scatenati dalla globalizzazione — la dispersione geografica ha spinto, ed obbligato, ad acquisire conoscenze totalmente nuove su ambienti sconosciuti dal punto di vista culturale ed economico —, per continuare ad essere competitivi sui singoli mercati e per mantenere od incrementare le economie di scala a livello globale.

«L'Ibm conta su un team globale di circa 60 senior consultant a tempo pieno, specializzati per settore di industria, area di competenza e funzioni di business — spiega Giovanni Sgalambro, strategy & change leader Ibm Global Business Services —. E' un gruppo di lavoro "virtuale", ossia le persone rimangono fisicamente nel paese d'origine in modo da garantire un legame con le specificità locali. Un legame che serve ad intercettare i trend più rilevanti lì dove si manifestano (es. Cina). I presidi principali sono ad Amsterdam, Bangalore, Pechino, Cambridge, Dublino e Tokyo. Inoltre, ogni Paese contribuisce con la partecipazione di consulenti locali a seconda della tipologia di studio».

Per Sgalambro, il ruolo del centro studi è quello di ottimizzare le performance aziendali. «Il valore per i nostri clienti riteniamo sia importante e legato da una parte alla visione globale dei trend che possono essere più o meno percepiti dai singoli, dall'altra all'identificazione delle problematiche, delle opportunità e delle priorità strategiche declinate, ove opportuno, per industria o funzione di business». Il manager aggiunge che «ogni studio si basa sulla collaborazione con gli executive delle principali aziende mondiali ed ha l'obiettivo di aiutare le imprese ad anticipare i cambiamenti nel contesto competitivo, identificare e valutare le alternative strategiche disponibili, quantificare i ritorni finanziari attesi di ciascuna iniziativa, formulare i piani necessari per attuare concretamente tali iniziative e determinare i metodi di misurazione più appropriati per valutarne il successo».

Anche per la società McKinsey «Il centro studi riveste un ruolo centrale nell'organizzazione aziendale. I ricercatori sono attivamente coinvolti sia prima della partenza di un progetto sia durante il suo svolgimento — puntualizza la compagnia — attraverso la realizzazione di ricerche e analisi ad-hoc che aiutano a sviluppare un punto di vista sul problema da affrontare e a formulare le successive raccomandazioni. Altrettanto importante è il ruolo che il centro studi svolge nel creare nuova conoscenza, soprattutto attraverso la realizzazione di ricerche proprietarie inedi-

te». McKinsey, che opera in 45 diversi paesi dove è presente con 87 uffici, investe ogni anno tra il 12 e il 15% del proprio fatturato in progetti di *knowledge*. «Per fare un esempio — prosegue la società — negli ultimi 3 anni sono state sviluppate, a livello mondiale, ben 339 ricerche proprietarie inedite, che vedono un contributo importante da parte dei ricercatori. In tutto il mondo ne abbiamo circa 1.400, uno ogni 7 consulenti, di cui 15 in Italia e altri 30 nei Paesi Mediterranei gestiti in modo centralizzato dall'Italia (Grecia, Turchia, Nord Africa, Spagna e Portogallo)».

