

Foto e Video gallery - 20/12/2021

Club Oltre: l'incontro con Simone Miatton

I 20 imprenditori al tavolo. Il focus sul governo del cambiamento attraverso una strategia salda e la capacità di innovare



Giovedì scorso abbiamo dato il via al percorso del Club Oltre, con **Simone Miatton**, AD di Michelin Italia Spa e gli **imprenditori Biellesi iscritti al Club**. Con la moderazione di **Sebastiano Barisoni**.

A partire dall'esperienza di Simone Miatton in Michelin Italia, i 20 imprenditori attorno al tavolo si sono confrontati sull'impatto che stanno avendo sulla gestione delle imprese alcuni grandi cambiamenti di contesto: digitalizzazione, sostenibilità, sistemi di valore delle persone. Non si è parlato solo della capacità di reagire a questi cambiamenti, ma anche di come intercettarli per tempo e "utilizzarli" per la crescita dell'impresa.

Le parole del Vice Presidente Paolo Barberis Canonico

Commenta così la serata Paolo Barberis Canonico, Vice Presidente UIB per Sviluppo delle Filiere, Economia di Impresa, e Sostenibilità; nonché ideatore e promotore del Club Oltre: "Questa sera il Club ha trovato una sua piena concretizzazione: 20 **imprenditori** attorno a un tavolo si sono aperti al **dialogo** e confrontati su grandi **cambiamenti, rischi, opportunità** e sulla **strategia** per governarli. "

"Un ringraziamento sentito a **Simone Miatton** per la generosità e lucidità con cui ha condiviso con noi la sua visione e le sue competenze. Tra i tanti stimoli che ci ha trasmesso ho trovato particolarmente illuminante il suo approccio alla **gestione delle persone**, molto simile a quello attuato o attuabile in un'azienda familiare come tante delle nostre, che va oltre l'assunzione di una persona "per occupare un posto di lavoro" e porta in sé la promessa di fare crescere la persona e valorizzare al meglio i suoi talenti all'interno dell'azienda".

"Da questa serata torniamo a casa con **nuovi spunti, nuove idee** e **una rinnovata energia** per guidare il futuro delle nostre imprese. Pensando già al prossimo incontro..."

I temi emersi nella serata

"People, Planet, Profit": la strategia salda del Gruppo Michelin

Simone Miatton ci ha spiegato i tre elementi fondamentali che guidano la strategia del Gruppo Michelin, la cosiddetta "strategia delle 3 P": Generare Profitto, rispettando le Persone ed il Pianeta. L'equilibrio tra questi tre elementi è considerato un fattore essenziale di successo del gruppo, a livello globale, da molto tempo. Sono tre principi saldi e costanti del Gruppo, perseguiti con **declinazioni applicative in continua evoluzione** nel tempo, condizionate dai grandi cambiamenti di contesto.

Proprio su alcuni di questi cambiamenti e sul modo di affrontarli si è focalizzato il nostro dialogo.

Governare la digitalizzazione: ridisegnare i processi, controllare i rischi e ottimizzare i servizi

La digitalizzazione cambia i processi aziendali, le caratteristiche dei prodotti, modifica il rapporto con il cliente in maniera pervasiva, introduce importanti novità nei processi di acquisto, richiede una tensione costante all'innovazione e alla ricerca.

Da un lato, è necessario sapersi innovare per offrire performance sempre migliori, soddisfare le aspettative dei clienti offrendo loro esperienze ed opportunità crescenti. Dall'altro, alcune dinamiche tipiche dei nuovi ambienti digitali possono costituire un rischio nella distribuzione e vendita di un prodotto, soprattutto se ad alta qualità e specificità tecniche. **Abbiamo parlato di questi rischi e delle possibili strategie per una loro gestione efficace.**

La relazione tra l'azienda e la rete distributiva. Il modello Michelin: una partnership win-win, lungo la filiera distributiva

Non è mancato il tema delle relazioni con la filiera distributiva. La scelta di Michelin è quella di "fare squadra" con una rete di rivenditori di fiducia, di porsi come partner e fornitore di servizi per questi rivenditori. Perché il loro successo è sinergico con quello del Gruppo.

Il discorso ci ha portato ad affrontare il rapporto tra produttore di un bene e la rete commerciale/distributiva. Una volta le imprese italiane erano molto focalizzate sul prodotto, ne curavano la qualità, considerandola la garanzia per la vendita sul mercato e mettendo in secondo piano l'impatto della rete commerciale. Oggi la relazione con la rete commerciale è strategica, **abbiamo parlato del perché e di come può essere gestita per ottimizzare i vantaggi e i risultati.**

E' in corso un importante cambiamento nell'atteggiamento delle persone al lavoro, soprattutto in fabbrica. Come affrontare questo cambiamento?

La difficoltà a **reperire e trattenere il personale** in azienda è una realtà in moltissimi settori e Paesi. In particolare, nella manifattura il fenomeno è emerso già da molti anni. Ciò è dovuto anche al cambiamento della scala dei valori delle persone, che impatta sull'approccio al lavoro e le priorità personali. Miatton ci ha raccontato come in Italia, Michelin abbiamo sempre lavorato sulla relazione con le persone e il territorio. Questo nel tempo ha prodotto un forte attaccamento del personale all'azienda, creando una fiducia reciproca. Costruire un ambiente positivo e proporre specifici valori aggiunti alle persone in azienda sono alcune delle leve di Michelin Italia. Tenendo conto delle nuove esigenze emerse a livello sociale e culturale, che richiedono una più ampia flessibilità.

I prossimi incontri del Club Oltre [Scopri di più](#)

Guarda la Gallery

Allegati

- » [Simone Miatton racconta l'esperienza di Michelin Italia Spa](#)
- » [Club Oltre: i 20 imprenditori al tavolo](#)
- » [L'apertura dei lavori di Paolo Barberis Canonico](#)
- » [Simone Miatton racconta l'esperienza di Michelin Italia Spa](#)
- » [Sebastiano Barisoni, moderatore degli eventi del Club](#)
- » [Club Oltre: i 20 imprenditori al tavolo](#)
- » [Sebastiano Barisoni, moderatore degli eventi del Club](#)
- » [Club Oltre: i 20 imprenditori al tavolo](#)
- » [Club Oltre: i 20 imprenditori al tavolo](#)

Sito di provenienza: Unione Industriale Biellese - <https://www.ui.biella.it>