

Intervista a Michele Bonfiglioli, ad di Bonfiglioli Consulting

“Strategia del lavoro e ricerca di personale ecco come aiutiamo le aziende a crescere”

di Marco Bettazzi

Le aziende emiliane sono avanti nell'uso delle tecnologie, ma scontano difficoltà nel trovare personale. «Bisogna rendere più appetibile il lavoro, specie per i più giovani. Non solo dal punto di vista economico», spiega Michele Bonfiglioli, ad della Bonfiglioli Consulting, società di consulenza che ha appena festeggiato 50 anni di attività.

Come nasce?

«L'azienda è stata fondata da mio padre nel 1973, lui era dirigente d'azienda ma di fatto si inventò un mestiere, mettendo in pratica i tanti libri di organizzazione che aveva studiato. È stato un precursore. Si è allargato alla ricerca di personale, poi fu contattato dal professor Renato Tagiuri, italo-americano dell'Università di Harvard, che gli parlò della diffusione della filosofia *lean* negli Stati Uniti, così cominciò quel percorso. Ed era nel 1998, siamo stati i primi in Italia. Da allora siamo diventati un gruppo da 100 persone, abbiamo aperto studi a Milano, Padova, nel 2012 abbiamo lanciato la “Lean Factory School”, poi io ho rilevato l'azienda nel 2014 per creare una società italiana di respiro

internazionale. E abbiamo aperto filiali e uffici all'estero, tra cui India e Usa. A Bologna abbiamo la sede centrale con 55 persone».

Una storia lunga.

«Già è molto raro che un'azienda faccia i 50 anni di attività, tanto meno una società di consulenza. Noi vorremmo creare la risposta italiana in un mondo dove i big sono stranieri. Oggi ci occupiamo in senso più ampio di tutte le fasi della produzione, in tante aziende manifatturiere di respiro internazionale. Lavoriamo su

processi, competenze e strumenti informatici».

Come va dal punto di vista economico?

«Il gruppo ha superato i 9 milioni di ricavi, con un programma di crescita ambizioso che in tre anni ci dovrebbe portare a 12-15 milioni. Abbiamo sempre fatto orgogliosamente utili in questi anni, anche durante la pandemia, senza mai lasciare a casa nessuno».

Cos'è la filosofia lean?

«Significa eliminare tutti gli sprechi che il cliente non è disposto a pagare, fare di più con meno, anche in ottica

di sostenibilità. È una filosofia di produzione e gestione che elimina tutte le cose superflue per focalizzarsi sul miglioramento. Consente aumenti di produttività in doppia cifra, riduzione delle scorte del 15-20%, un miglioramento importante della qualità. A parole questa filosofia è diffusa nell'80% delle aziende, anche se nei fatti questo è vero per la metà».

Quali sono i problemi che affrontano oggi le imprese?

«Derivano dagli eventi degli anni recenti, imprevedibili. Un tempo si

lavorava sulla pura efficienza e sul costo, adesso si cerca di avere più alternative e si guarda anche al servizio. Poi c'è il tema della ricerca delle persone, sempre attuale: la pandemia ha cambiato le dinamiche del mercato del lavoro, ha spinto a riconsiderare le priorità e questo avviene di più fra i giovani».

Le aziende si lamentano spesso della mancanza di lavoratori.

«È un tema molto sentito. Per adattarsi al mondo attuale le aziende devono reinventare le modalità di lavoro per rendersi attraenti e

appetibili, non solo dal punto di vista economico, semplificando il lavoro e dando più stimoli».

Sul fronte nuove tecnologie, come sono messe le emiliane?

«Bene, hanno intrapreso il percorso giusto tenendo conto che il digitale dev'essere funzionale all'attività, non un puro esercizio di stile. All'inizio magari le aziende adottano un sistema informativo più evoluto per controllare dati e processi, e su questo sono già attive molte imprese. Poi adottano strumenti di analisi dei dati, e questo gruppo è un po' meno consistente. Poi ci sono quelle che si danno da fare con sistemi intelligenti: in questo ultimo miglio sono molte meno, ma è un percorso che è iniziato, siamo comunque avanzati».

Ma che momento è per l'economia? Le previsioni degli analisti sono grigie...

«Fortunatamente gli imprenditori ci sorprendono sempre. Credo che andrà meglio di come la si legge, non vedo un clima negativo».

Progetti futuri per voi?

«Vogliamo crescere all'estero, ho un'acquisizione in cantiere negli Stati Uniti, dove operiamo sia con aziende italiane che vogliono entrare sia con quelle già presenti. È un mercato enorme e noi siamo minuscoli, ma ci sono soddisfazioni».

Che differenza nota tra Italia e Stati Uniti?

«Loro vogliono che l'interlocutore sia presente, quindi le imprese devono fare investimenti per lavorare lì. Le competenze tecniche là sono però minori delle italiane, l'operaio medio italiano è molto più competente. Anche gli ingegneri. Quindi c'è il problema di trovare personale».