

GIORNALE DI BRESCIA.it

Edizione: 22/03/2007 testata: Giornale di Brescia sezione:SECONDA

Acciaio, un nuovo scenario

Dentro un mondo che cambia, fattore umano e conoscenza restano decisivi

Una nuova scenografia fa da sfondo alle nostre vite interconnesse. Alcuni fatti lo dimostrano. Primo: le moderne tecnologie (computer, cellulari, internet, ecc.) e la globalizzazione hanno sviluppato nuovi stili di vita e di relazione, un mondo interdipendente all'interno del quale convivono tante «società della conoscenza».

Secondo (per avvicinarci al nostro settore): chi l'avrebbe mai detto che le principali acquisizioni degli ultimi due anni avrebbero riguardato un settore (quello del ferro e dell'acciaio) considerato maturo o addirittura in declino?

E invece: Mittal (India) su Arcelor, CVRD (Brasile) su Inco, Evraz (Russia) su Oregon Steel Mills e ancora Evraz su Palini e Bertoli, Severstal su Lucchini ecc.

Ma soprattutto chi avrebbe mai detto che sarebbero stati paesi come l'India, il Brasile, la Russia (c.d. paesi BRIC) a comprare pezzi di siderurgia europea e americana?

E ancora: con il 2006 abbiamo chiuso un periodo eccezionale dal punto di vista dei volumi, dei fatturati e della redditività. Questo trend positivo ci sta accompagnando in questo inizio di 2007. Mai era accaduto - nemmeno durante i mitici anni '60 - di assistere ad un ciclo tanto buono e di così lunga durata, iniziato con l'esplosione dei prezzi durante i primi mesi del 2004.

E infine (last but not least): a Brescia, patria del tondino e delle miniacciaierie, si organizza una manifestazione internazionale dove vengono invitati espositori stranieri e un pensatore, economista, futurologo, ambientalista e... vegetariano. È cambiato lo scenario di riferimento, con il quale avevamo imparato a convivere per decenni. Un elemento però rimane stabile (e decisivo) all'interno di questa trottola che è il mondo che cambia: questo elemento siamo noi, il nostro sapere, la nostra voglia di intraprendere, di fare e di innovare. Siamo noi il vero know-how che guida il cambiamento. Vengono dall'uomo le soluzioni, le scelte, le strategie con le quali l'impresa si trasforma. Ma l'uomo ha bisogno di momenti di riflessione e di confronto per capire «le società della conoscenza». «Siamo corsi così velocemente e così avanti in tutti questi anni che dobbiamo sostare un attimo per consentire alle nostre anime di raggiungerci» dice in modo stupendo e sorprendente Michael Ende, l'autore della «Storia Infinita».

Made in Steel - dalla conoscenza al business - vuole essere anche questo: un momento di sosta, di riflessione su tutto ciò che sta accadendo, un guardare all'oggi per interpretare il domani. Per capire quale direzione prendere, per sollevare quel dubbio dal quale più forte e limpida seguirà la logica del nostro agire (che questo poi, vuole dire intraprendere).

Made in Steel non è quindi una «fiera» in senso tradizionale, perché al centro del suo messaggio non abbiamo messo esclusivamente il prodotto e non è nemmeno un insieme di convegni come ce ne sono tanti. È sì un momento di dialogo, confronto, riflessione, business. È sì una piazza fatta per tutti coloro che vivono ed operano nel mondo dell'acciaio. È tutto questo ma è ancora altro e lo sanno bene coloro che hanno vissuto la prima edizione nel settembre 2005. Se è l'uomo la vera fonte del know-how, Made in Steel è soprattutto un modo nuovo - non convenzionale - per mettere insieme individui diversi, con storie, idee e prospettive differenti.

Per questo abbiamo invitato «l'amico critico» Jeremy Rifkin, uno dei pensatori più illuminati del nostro tempo. Gli «amici critici» non sono degli «yes-man» e per questo potrebbero risultare a volte scomodi, eppure senza di loro saremmo condannati - dalla noia e dalla monotonia - alla decadenza.

Noi sappiamo che uno dei fondamenti di un buon sistema di innovazione è la diversità. Cosa sarebbe una famiglia, una comunità, una società se tutti fossimo uguali, se la pensassimo allo stesso modo se ci comportassimo in modo uniforme? Se c'è un filo rosso che lega tutti i convegni, i seminari, i talk-show questo è la voglia di capire, di essere innovativi e creativi al di là di schemi precostituiti anche attraverso approcci non convenzionali e interdisciplinari.

Made in Steel si svolge in tre giornate. Tre giornate dense soprattutto di scambi. La prima giornata è dedicata ai grandi temi istituzionali: l'innovazione, la competizione, l'energia, l'ambiente, l'etica. Ad aprire la manifestazione sarà una tavola rotonda moderata da Elia Zamboni (vicedirettore del «Sole 24Ore») alla quale prenderanno parte Linda Lanzillotta, ministro per gli Affari regionali e presidente di Glocus associazione che si occupa dei temi legati alla competitività, Roberto Lunardi (presidente di Assofermet), Emma Marcegaglia (vice presidente di Confindustria), Franco Tamburini (presidente di Aib e di Made in Steel), Giuseppe Pasini (presidente di Federacciai).

Il secondo giorno è più «tecnico» con eventi legati al settore dell'acciaio inox e a quello degli acciai di nuova generazione, ai prezzi ed ai mercati, al ruolo dell'informatica e della logistica. Proporremo, in nuova formula, lo Steel Market Outlook al quale prenderanno parte Achille Fornasini (Isfor 2000), Antonio Gozzi (Duferco), Tatyana Man'ko (Metal Expert) e Cesare Viganò (Assofermet).

Sabato chiuderemo con la presentazione di una ricerca sul campo dal titolo evocativo: «L'acciaio come software - distribuire acciaio in un settore che cambia».

Buon Made in Steel a tutti!

*Presidente

di Siderweb spa

Emanuele Morandi*

© Copyright Editoriale Bresciana S.p.A. - Brescia, 1999 -
2001

L'adattamento totale o parziale e la riproduzione con qualsiasi mezzo elettronico, in funzione della conseguente diffusione on-line, sono riservati per tutti i paesi.