

Kaizen, se a migliorare l'azienda (anche in Italia) è la filosofia orientale

Bologna, 26 nov. - (AdnKronos) - Crescita della produttività dal 20 al 50%, dimezzamento degli stock di merce in magazzino, riduzione di un terzo degli spazi occupati in azienda. Oppure l'aumento dei volumi prodotti per seguire l'evoluzione del mercato. Sono alcuni dei risultati ottenuti dalle oltre mille aziende italiane che dal 2005 hanno adottato la filosofia "Kaizen" come percorso di miglioramento continuo per cambiare l'organizzazione produttiva, rendere più dinamico il rapporto con i fornitori, ripensare le proprie linee di prodotti, aprendosi a nuove fasce di mercato.

Il termine Kaizen (dal giapponese 'Kai', che significa miglioramento, e 'zen', buono, migliore) è stato coniato da Masaaki Imai nel 1986 per descrivere la filosofia di business che supportava i successi dell'industria Nipponica negli anni '80. Oggi, anche in Italia, a sposare questa filosofia sono marchi noti che hanno fatto la storia dell'industria nazionale, o piccole e medie imprese che si sono imposte negli ultimi anni con la creatività e l'ingegno.

C'è il fornaio che lavora solo di giorno, ma anche la grande impresa che ha realizzato la bottiglia con meno plastica al mondo: è il "Kaizen touch" delle aziende italiane raccontate nella nuova edizione, in uscita per FrancoAngeli, di "Gemba Kaizen", il libro più conosciuto scritto da Masaaki Imai che sarà presentato in anteprima il 2 dicembre all'Opificio Golinelli di Bologna, in occasione dell'appuntamento organizzato da Kaizen Institute Italia.

Il Kaizen come pratica economica è riferito all'efficienza dei fattori produttivi attraverso lo sviluppo di sistemi di gestione finalizzati al contenimento dei costi di produzione e prevede concetti come produzione snella, abbattimento delle scorte, reintegrazione costante delle materie prime e dei semilavorati (metodo "kanban").

L'obiettivo è il miglioramento costante dei processi manifatturieri, ingegneristici e di business management attraverso una strategia che procede per piccoli passi, da farsi giorno dopo giorno, incoraggiando quei piccoli cambiamenti il cui effetto complessivo diventa un processo di selezione e miglioramento dell'intera organizzazione.

Una filosofia che non si applica solo alle linee di produzione ma può portare a un cambiamento più profondo, culturale, che investe i processi decisionali: si chiama "Kaizen 2.0" e significa, per un'impresa, ripensare alla radice la progettazione dei prodotti, riposizionandosi sul mercato, ampliando la gamma dell'offerta e migliorando la capacità competitiva di tutta l'organizzazione.

Tra le imprese che hanno adottato questa filosofia c'è la Geox di Montebelluna (Treviso) che ha applicato Kaizen 2.0 inventandosi il "consumer centric design". Cosa significa? Disegnare calzature e vestiti (nello specifico per una nuova linea destinata ai mercati del nord Europa) a partire dalle esigenze dei consumatori raccolte sul campo.

Si definisce un "Kaizen Guy" Pierluigi Tosato, il manager che durante i suoi anni da Ceo di Acqua Minerale San Benedetto ha introdotto in azienda un cambiamento culturale che ha portato a creare la bottiglia di plastica più leggera del mondo, appena 18 grammi per un litro e mezzo contro i 22 della versione precedente. Gli obiettivi della Comer Industries di Reggiolo (Reggio Emilia) sono di ridurre del 30% l'occupazione di spazi, e del 50% lo stock giacente in magazzino.

La Esmach di Grisignano di Zocco (Vicenza), che si è inventata la "panetteria chiavi in mano" che può impastare il pane di giorno anziché di notte, aprendosi a inedite fette di mercato.

Masaaki Imai sarà in Italia il 2 dicembre, negli spazi dell'Opificio Golinelli. Sarà l'occasione per ascoltare la testimonianza di alcune aziende italiane che hanno trovato in Kaizen la spinta per avviare un percorso di miglioramento ed innovazioni.

Kaizen Institute, di cui Imai è fondatore, accompagna ogni anno migliaia di imprese nel mondo e centinaia di imprese italiane in percorsi di trasformazione orientati al miglioramento ed innovazione continui: è presente in più di 50 Paesi del mondo e lavora con 400 professionisti.