

VAR GROUP

la passione contagiosa per l'innovazione

DI FRANCESCO MARINO

LE CONVENTION NON SONO TUTTE UGUALI: QUELLA DI VAR GROUP È STATA SPECIALE. NON SOLO PERCHÉ C'ERANO 550 PERSONE, MA SOPRATTUTTO PER VIA DELLO SPIRITO CON CUI SI È SVOLTA. IL TITOLO DELL'INCONTRO, "COLLABORARE PER DOMINARE LA COMPLESSITÀ", È STATO UN FATTO CONCRETO, GRAZIE ALLA REALE COLLABORAZIONE E AD UNO SPIRITO DI SQUADRA CONTAGIOSO

da Giovanni Moriani, fondatore e Ceo di Var Group, che ha raccontato della crescita di fatturato dell'8% in un mercato che cala del 4%. Ma c'è qualcosa che neanche i numeri più sorprendenti possono raccontare, ed è l'atmosfera che si respirava nell'incontro. 550 persone animate dallo stesso spirito di collaborazione, non dalla gentilezza di circostanza, ma da un legame vero. La cosa che più colpisce di Var Group è una qualità semplice eppure rarissima. fa quello che dice.

COLLABORAZIONE SINCERA

Il titolo dell'incontro era "Collaborare per dominare la complessità"; ecco, questa collaborazione in Var Group c'è davvero, tra i manager, i dipendenti, le aziende collegate e i fornitori di tecnologia.

Non è uno slogan, ma qualcosa di concreto che a Gervia si è toccato con mano. Un esempio fondamentale di ciò è l'accordo, annunciato da Giovanni Moriani, con CBT, che per molti versi è un concorrente diretto di Var Group; tuttavia, in alcune aree le due aziende hanno capito di poter lavorare insieme e portare valore senza perderne. Ci vuole molta sicurezza e molta umiltà per fare un accordo di questo tipo, ma significa collaborare davvero per il bene della società, del mercato e dei clienti.

Sul palco si sono alternati i clienti di Var Group che, con la stessa passione, hanno raccontato di come le innovazioni portate dall'azienda abbiano cambiato profondamente il loro lavoro. Anche in questo caso non erano racconti fatti per dovere o per cortesia, ma veri discorsi trascinanti carichi d'intensità.

LA TEORIA DEL BAROLO DI CUZARI

Maurizio Cuzari, che ha moderato l'incontro, lo ha spiegato con la Teoria del Barolo. "Per fare un bicchiere di Barolo occorrono innanzitutto delle condizioni particolari, come un terreno che si sia formato con determinate caratteristiche e il lavoro coordinato di molti esperti diversi, che portano poi ad un risultato unico. Lo stesso vale per Var Group".

Lo spirito dell'azienda ha influenzato tutti in questi due giorni e anche i vendor presenti, più che in altre occasioni, si sono scambiati idee

C'erano 550 persone alla convention di Var Group che si è tenuta a Gervia: un numero enorme per il canale IT, mentre altri numeri fuori dal comune sono stati presentati

e opportunità. Evidentemente la buona collaborazione è contagiosa. Ma come non farsi influenzare dall'entusiasmo delle persone di Var Group? Loro l'innovazione la fanno davvero, tutti i giorni, con l'impegno e con il sorriso. Se qualcuno pensa che la tecnologia è noiosa dovrebbe passare qualche giorno in "rieducazione" da Var Group: vedrebbe come hanno cambiato il modo di generare le offerte per le Crociere di "Grandi Navi Veloci" o come hanno portato in un tablet un intero negozio, dalla cassa ai servizi. Tutto l'evento è stato un macchinario articolato e perfettamente sincronizzato, con tempi rapidi e molto contenuti. Solo la collaborazione fa raggiungere questi risultati, insieme a un team affiatato di cui bisognerebbe citare tutti i membri, a cominciare da Claudio Nardi, il Direttore Marketing, e Sara Lazzeretti che, con dolce determinazione, ha saputo coordinare tutti; poi Sara Benassai, Silvia Esposito, Antonella Gerboni, Simona Pelli, Sergio Garelli e tanti altri che hanno seguito con dedizione e sorrisi tutti gli aspetti della convention. Perché Var Group è un mondo di persone e di aziende che fanno il loro lavoro con passione non comune: per capirlo davvero bisogna entrarci. ■

