

Il Progetto PKM360°: indicazioni dell'Osservatorio sul Knowledge Management su "la conoscenza in rete in azienda", a cura di M.Bistolfi- Vicepresidente Gruppo Merceologico del Terziario Innovativo (GMTI) di Assolombarda

Nell'ambito delle attività dell'Osservatorio sul *Knowledge Management* (KM), promosso dal Gruppo Merceologico del Terziario Innovativo (GMTI) di Assolombarda, sono state evidenziate una serie di problematiche relative ai progetti e alle modalità di gestione delle conoscenze in azienda, in particolare per quanto riguarda il reclutamento, il mantenimento e lo sviluppo delle competenze critiche e del know-how aziendale e il reperimento delle informazioni necessarie per il proprio business.

Tali tematiche, trasversali a tutte le aziende indipendentemente dalle dimensioni e dal settore di business, rivestono un particolare interesse in un mercato sempre più competitivo e globalizzato; a tale proposito hanno assunto una sempre maggiore rilevanza le problematiche relative alla gestione delle reti informatiche, sia interne che esterne alle aziende, nelle quali tendono a concentrarsi buona parte delle competenze e del know-how prodotto dai loro dipendenti (*knowledge workers*), nonché buona parte delle informazioni necessarie al business (mercati, tecnologie, clienti, concorrenti, ..)

Inoltre il recente affermarsi in rete di sistemi e tecnologie di nuova generazione (Web 2.0) per condividere informazioni e conoscenze (*Blogs* e *Wiki* come Wikipedia), nonché lo sviluppo delle cosiddette "reti sociali" (*Social Networks*, quali Facebook e LinkedIn), costituisce un ulteriore motivo di attenzione ed interesse per le aziende.

Se da un lato infatti l'utilizzo di queste nuove modalità di comunicazione può mettere a rischio le competenze e il know-how aziendali, dall'altro consente di accedere in modo immediato e a costo pressoché nullo ad un enorme quantità di informazioni e conoscenze.

L'importanza del KM inoltre, in particolare per le aziende di medie e grandi dimensioni, ha fatto sì che tale tematica rientrasse a pieno titolo in quella più ampia della Corporate Social Responsibility, in particolare nei confronti dei propri dipendenti, definendone ruoli e responsabilità ed il relativo impatto in termini di Sostenibilità del business.