

da **SAPforum 2005**



## QUALE COMPETITIVITÀ PER L'ITALIA

In un Paese sempre meno competitivo è essenziale individuare procedure e strumenti per rilanciare un'economia in costante affanno

di **Massimiliano Cassinelli**

**D**al 2000 al 2004, nella classifica mondiale della competitività, l'Italia è scesa dal 32° al 47° posto. Un segnale preoccupante di una situazione che rischia di estromettere le nostre aziende dal mercato internazionale, con ripercussioni su tutto il sistema Paese.

Di fronte a una situazione di questo tipo, il titolo di SAPforum '05 "Esperienza, visione, innovazione" è emblematico del desiderio di comprendere le dinamiche attuali. Ma, soprattutto, di trovare soluzioni per rilanciare l'economia nazionale.

Nel tradizionale convegno di apertura, moderato dal direttore di APCOM Antonio Calabrò e dallo stimolante titolo "Percorsi per l'innovazione, la competitività e lo sviluppo", non poteva quindi mancare un serrato confronto sulle possibili "ricette" per uscire da questa situazione di difficoltà. «Basta sfogliare i quotidiani – ha esordito Calabrò – per vedere come la competitività può essere aumentata». A supporto della propria tesi ha ricordato come la Cina, oggi tanto temuta, sta facendo concorrenza all'industria tessile italiana. Ma, nello stesso tem-

po, sta investendo su innovativi sistemi informativi. Proprio questi investimenti vedono l'Italia in grave ritardo. Ma, ha sottolineato Calabrò, «possiamo recuperare».

Una prima risposta agli stimoli di Calabrò è arrivata da **Alberto Marengli, presidente dei giovani imprenditori di Federlombardia**, secondo il quale il vero problema è legato alla scelta di puntare su produzioni a basso valore aggiunto: «Le medie aziende sono competitive, ma per vincere le piccole devono necessariamente aggregarsi».

Un'analisi parzialmente condivisa da **Fabio Bolognini, responsabile Marketing Imprese di Banca Intesa e del progetto IntesaNova**, secondo il quale le Pmi italiane hanno atteggiamenti molto diversi, al punto che il Paese «vive su tante eccezioni», mentre è necessario capire l'importanza di agire in sincronia.

## UN AIUTO CONCRETO

«Tutti parlano di innovazione per sviluppare la competitività. Ma chi

dice come costruirla? Chi aiuta le aziende?» **Angelo Benvenuti, direttore generale di Realtech Italia** ([www.realtech.it](http://www.realtech.it)), è convinto che l'Italia possa aiutare le aziende a competere sul mercato internazionale. Ma le aziende, ancora, non riescono a percepire i vantaggi in termini di efficienza ed efficacia. E' questa una situazione indotta dalla «carenza di figure capaci di vedere piattaforme e processi come un'unica cosa».

«Per questa ragione – gli fa eco **Jörg Kayser, presidente di Realtech Italia** – noi proponiamo un approccio innovativo che, condividendo con il cliente i rischi degli investimenti, opera in un'ottica di



**Angelo Benvenuti** (a sinistra), direttore generale di Realtech Italia, **Jörg Kayser** (a destra), presidente di Realtech Italia

autentica partnership. Così, dopo aver compreso le reali necessità, proponiamo un prototipo funzionante. Di fronte a un risultato concreto, il cliente comprende i reali vantaggi ed è pronto a investire. Realtech, sfruttando la propria esperienza

in ambito SAP, garantisce poi un'organizzazione particolarmente flessibile per fornire rapidamente le soluzioni necessarie. Infatti la rapidità è oggi un fattore fondamentale per garantire la competitività sui mercati».