VareseNews

Dopo la crisi arriva una “nuova normalità”

Pubblicato: Martedì 18 Maggio 2010

La crisi economica ha stravolto i vecchi paradigmi, imponendo una nuova visione del mondo sia ai singoli che alle organizzazioni, siano esse stati, piccole imprese o multinazionali. Ci si dovrà abituare a una «nuova normalità», per utilizzare un’espressione di **David Bevilacqua (foto a lato)**, amministratore delegato di **Cisco Italia**. Insomma, d’ora in poi niente di quello che succederà sui mercati e nel mondo sarà più come prima.

È quanto è emerso in un incontro di **Elmec Vision**, **think tank** organizzato da **Elmec informatica**, a cui hanno partecipato i big del settore IT, come **Ibm**, **Hp, Cisco** e **Microsoft**, oltre a docenti universitari e giornalisti specializzati.

La crisi ha aperto scenari che nessuno aveva intravisto prima, e non tutti negativi. «È il primo esempio di globalizzazione perché ha colpito tutti i paesi del mondo simultaneamente – spiega Bevilacqua -. Le imprese in questa fase cercano di ridurre i costi, di ottimizzarli. Cisco risparmia per investire e fare innovazione sul prodotto e sui processi di business».

Gli **investimenti** devono tener conto dei nuovi scenari: da una parte i clienti adottano più rapidamente le nuove tecnologie e vogliono essere serviti in modo diverso; dall’altra crescono i concorrenti asiatici. «La tecnologia ha ridotto le barriere all’entrata e il numero dei competitor aumenta – continua l’ad di Cisco-. Dopo la crisi, solo il 60 per cento delle imprese rimarrà leader del proprio settore, chi non innova perderà la leadership. In Italia ci sono delle grandissime eccellenze ma occorre anche fare innovazione di sistema».

Innovare è, dunque, la parola d’ordine, non farlo significa andare incontro al declino, basti pensare che solo il 19 % delle aziende che 40 anni fa rientravano nella classifica delle prime **500 al mondo**, è sopravvissuto fino ad oggi.

Se la crisi è una **tempesta perfetta** «il posto migliore dove stare è in alto mare non vicino alla costa». **Fabrizio Renzi**, manager di **Ibm**, cita il romanzo "**Moby Dick" di Herman Melville**. Una bella metafora che, tradotta in termini pratici per le imprese, significa più internazionalizzazione. «Questo cambiamento – continua il manager di Ibm – crea opportunità per le aziende, per le nazioni e per i singoli individui. Se si vuole crescere sui mercati, bisogna tener conto delle differenze. Quindi chi vuole stare in mare aperto deve ridisegnare i sistemi informatici perché noi viviamo in un mondo più interconesso e più intelligente».

Sono le differenze che muovono il mondo e le imprese devono essere pronte a coglierle. «Non è la media che muove le cose. Prendiamo la vita di un maiale, il contadino che gli dà da mangiare 364 giorni all'anno, in media è una brava persona. L'ultimo giorno dell'anno però lo ammazza per mangiarselo. Qual è il comportamento del contadino che conta di più per il povero maiale, quello che tiene in media durante l'anno, o quello che sta ai margini della curva? Prima della crisi il mondo in media andava benino, durante la crisi in media va male, ma non dappertutto».

C'è una strategia nel nuovo ordine del dopocrisi che per tener conto del prodotto e del cliente, come sottolinea **Enrico Bonatti,** direttore del gruppo partner e soluzioni di **Microsoft Italia**, non puo' ignorare l'integrazione delle piattaforme sia business che consumer perché gli stessi strumenti tecnologici ormai vengono usati in entrambi gli ambiti. «Il mobile è l'iperbole di questa integrazione- spiega Bonatti -. Nessuno oggi puo' fare a meno di considerare questa schizofrenia, anche perché entra direttamente in azienda e costringe a **modificare le modalità di lavoro**. Ognuno di noi ha questa "doppia vita" quando usa le tecnologie, perciò occorre riportarla a unità e Microsoft va da tempo in questa direzione. Anzi, lo ha già fatto».

Redazione VareseNews
redazione@varesenews.it