



Aziende, il cliente vero punto di riferimento

Il cliente negli ultimi anni è sempre al centro dell'attenzione e lo diventerà sempre di più; infatti le imprese si sono rese conto che l'azienda per aver successo deve passare dalla centralità del prodotto alla centralità del cliente e alle sue esigenze. Per far al meglio questo tipo di impresa, è necessario che gli imprenditori e i manager abbiano degli strumenti giusti ed efficaci per attuare il modello di "customer centered enterprise". Per customer centered enterprise si intende un modello aziendale, ampio e complesso messo a punto negli ultimi anni dall'Ibm. Tutto ruota intorno al cliente, quindi non si parte più dal prodotto per migliorarlo, affinché corrisponda meglio alle aspettative del cliente, ma l'obiettivo primario è quello di capire che cosa voglia il cliente. L'Ict marketing university è una business school che ha fatto del modello di customer centered enterprise il proprio

paradigma. Nata nel 1999 nell'ambito della Federazione del terziario avanzato di Confindustria, offre alle imprese gli strumenti per attuare questo modello e prepara manager in grado di governarlo. La scuola propone un approccio didattico e metodologico fondato sulla full immersion nella realtà aziendale e punta su progetti di ricerca innovativi nella gestione d'impresa. Per fornire strumenti concreti di rinnovamento alle aziende, i corsi dell'Ict sono stati strutturati in diverse fasi: nella prima, si offrono le basi metodologiche; successivamente gli strumenti presso aziende partner della Ict marketing university, presso le quali sono attivate aule permanenti. La formula consente di offrire una riqualificazione e una specializzazione ai professionisti e di formare aspiranti manager in cerca di prima occupazione.

20-21 marzo Fiera di Milano

SAP Forum e le Pmi

Da alcuni anni il Sap Forum (manifestazione legata al mondo dell'economia dove si analizza tutto ciò che ruota intorno al business, con convegni, dibattiti, stand espositivi e tutto ciò che rende efficiente ed efficace il processo aziendale) è diventato una tappa obbligata per i manager e gli imprenditori italiani. Per le Pmi ci sarà un'area fra le più ampie ed importanti della manifestazione dove saranno ospitati gli stand dei Partner che offrono soluzioni realizzate per molti settori di mercato e consente alle realtà di piccole e medie dimensioni, di implementare soluzioni tecnologicamente avanzate con tempi e costi contenuti. I visitatori potranno scoprire e analizzare i vantaggi delle soluzioni suddette partecipando alle conferenze, presentazioni dei Partner all'interno dell'area di riferimento. Inoltre Sap Forum offre la possibilità di collegarsi via internet al sito www.sap.com/italy.

Opportunita e informazioni dal web

Districarsi tra le norme italiane

Il ministero dell'economia e delle finanze (www.finanze.it) offre sul web un portale diviso nelle quattro agenzie: entrate, dogane, territorio e demanio; ogni sezione è un sito proprio con news, attività servizi al cittadino e alle imprese. L'Agenzia delle entrate dispone anche di fiscooggi.it, una rivista telematica con notizie dal Parlamento e dagli enti governativi. Un'altra guida dove cercare notizie è fiscoetasse.it; sul sito professionisti della materia offrono

la loro consulenza e aggiornano sulle novità del settore. E' possibile ricevere una newsletter di aggiornamento e scaricare modulistica. **In fisco.it** gli utenti dispongono di una guida virtuale per districarsi nei meandri dell'Erario: come e quando effettuare i versamenti, come compilare le dichiarazioni, etc. Altre utili informazioni le hanno a disposizione i cittadini, con dettagliate spiegazioni, sono disponibili in **contribuenti.it**: tra i temi trattati l'Ici, oneri deducibili, rimborsi e agevolazioni fiscali. Inoltre, è anche disponibile **pianetafiscale.it**: un

motore di ricerca specializzato.

Occasioni del lavoro in conto terzi

Una nuova opportunità che offre la rete per tutte quelle imprese che lavorano in conto terzi è www.terzistionline.it. Il portale ha l'obiettivo di raccogliere le potenzialità delle imprese che lavorano in conto terzi e di metterle in contatto con aziende committenti. Il settore è quello dell'abbigliamento e il sito offre gratuitamente l'inserimento nella propria banca dati a terzisti e committenti. Altro sito che offre un servizio simile è

www.artigianinet.com che incrocia le richieste e le offerte di aziende del settore tessile. Oppure per chi fosse interessato alle fiere e agli appuntamenti che ogni anno si tengono nel modo dell'abbigliamento e accessori si può visitare www.emimoda.it. Per le aziende italiane del settore www.italianmoda.com offre servizi che permettono alle imprese di promuovere la propria attività affittando un business shop per raccogliere ordini, per stock e fine serie al ribasso.

Impresa, alla ricerca di strumenti per fidelizzare i talenti

Non basta offrire un salario competitivo, ma è necessario dare la possibilità di accrescere e sviluppare le competenze e l'autonomia. E' quanto emerge da un rapporto di Towers Perrin (società di consulenza a livello internazionale) che evidenzia le possibilità e le difficoltà di trattenere un talento nella propria azienda, e tutte le leve utilizzate come salario competitivo, possibilità di carriera incarichi speciali etc. per far sì che il manager o la persona che si ritiene valida rimanga e si fidelizzi all'azienda per cui lavora. Prima di tutto l'indagine prende in esame cosa le imprese prediligono dalla classe dirigente. Innanzi tutto la capacità di lavorare in team e un forte spirito d'iniziativa, seguito dall'innovazione e da un bagaglio di multi-competenze. Le imprese italiane puntano essenzialmente sul lavoro di squadra (79%) seguito dallo spirito innovativo (57%). Particolare da valutare attentamente è l'orientamento delle imprese tedesche che puntano sulla capacità d'iniziativa (91%), mentre

l'innovazione prevale sulle aziende del Nord Europa.

Nella maggior parte dei casi, però si finisce per dare più considerazione all'esperienza e al sapere tecnico che non sono profili che si debbono ricercare in un leader il quale deve avere le capacità di indicare gli indirizzi strategici di un'azienda.

In Italia quasi la totalità delle aziende considera fondamentale puntare sulle risorse umane per il successo dell'azienda. Principalmente si punta sulla soddisfazione e coinvolgimento del dipendente ricorrendo alla valutazione delle prestazioni, a sistemi premianti, etc. Inoltre si usano alcuni strumenti operativi come l'upward feedback che consente ai dipendenti di esprimere giudizi sui propri capi. Insomma, la sfida gestionale dei prossimi anni in relazione alle risorse umane sarà quella di motivare tutte le figure e i profili aziendali impegnando risorse umane e finanziarie nel settore della comunicazione.

L'iva dal 1° luglio 2003 E-commerce, pronte le regole

Dopo aver fatto parlare molto di se, l'Unione Europea è riuscita a varare la direttiva per l'applicazione dell'iva al commercio elettronico. Dal 1° luglio 2003 si applicherà alla vendita on line di software, immagini, file musicali e banche dati. Finalmente un passo importante è stato fatto. Questo provvedimento toglierà l'obbligo per le imprese comunitarie di applicare l'iva quando esportano in altri mercati internazionali, eliminando così un significato svantaggio nella competitività. Le regole fin d'ora in vigore, fatte prima dello sviluppo delle transazioni elettroniche, prevedono infatti l'imposizione dell'iva anche alle aziende esportatrici di prodotti digitali fuori dai confini europei. La normativa cerca anche di eliminare una distorsione in senso inverso. I rivenditori in Europa di prodotti on line provenienti da Paesi terzi saranno infatti obbligati a imporre l'iva quando vendono a consumatori privati nei 15 Comunitari. Dovranno perciò registrarsi in uno Stato europeo di loro scelta, ma saranno poi chiamati a imporre l'aliquota del Paese dove risiede il consumatore. Questa variazione scatterà per le vendite a privati (B2C). Rimarranno invece invariate le regole per i fornitori extra europei a imprese dei 15. L'operatore dovrà trimestralmente presentare allo stato di identificazione una dichiarazione in cui indicherà, distinto per ogni Paese Ue, l'ammontare delle operazioni e le imposte applicate. Spetterà al Paese dove l'operatore si è registrato gestire la riallocazione delle risorse all'Erario del consumatore finale. Questo sistema entrerà in vigore per tre anni, ovvero fino a fine giugno 2006, ma potrà essere prorogato. La nuova legislazione europea è in linea con i principi sulla tassazione del commercio elettronico, concordati dall'Ocse a Ottawa. Criteri di base sono l'imposizione di imposte di consumo come l'Iva nel posto di acquisto o fruizione del bene, differenziando, se necessario le regole per i prodotti elettronici. E proprio da ciò discende il principio di territorialità più innovativo della legislazione europea, che fa scattare i nuovi obblighi per i venditori di servizi online di Paesi terzi, alleggerendo invece gli oneri per le imprese europee che esportano. Infine, non va dimenticato che gli Stati membri dovranno applicare alle transazioni online l'aliquota standard: non sarà possibile applicare aliquote ridotte, in teoria nemmeno per prodotti che ne beneficiano quando vengono venduti offline.

Tecnologia, le Pmi cominciano ad essere competitive

Nel mercato globale che stiamo vivendo tecnologia, ricerca e sviluppo saranno sempre più i fattori che potranno portare al successo e rendere competitive le imprese. Le Pmi italiane rispetto alle concorrenti di altri paesi sono in una posizione di svantaggio anche se in recupero poichè secondo l'ultima indagine Istat solo il 25% delle imprese meridionali utilizza attrezzature informatiche, contro il 33% del Settentrione e il 30% del Centro. Per far fronte a questa situazione c'è necessità di azioni efficaci che vengano sia dal pubblico che dal privato. Intal senso sembra indirizzata la prevista possibilità

di fruire del credito d'imposta o della Tremonti Bis per spese attinenti all'innovazione alla R&S. La complessità della materia impone che la soluzione sia affidata, oltre che all'azione di indirizzo pubblico, anche alla forza del tessuto produttivo locale.

Sotto questo aspetto le regioni meridionali negli ultimi anni hanno fatto registrare una capacità di attrarre investimenti fino al punto di ridurre in modo significativo il divario con il Nord, infatti le Pmi orientate all'innovazione nel Centro Nord si trovano intorno al 49% con il Sud a ruota (45%). Questo processo

dovrebbe nei prossimi anni continuare a migliorare per le imprese meridionali seppur dietro la spinta dei finanziamenti pubblici erogati tramite il Qcs 1994/99, altro elemento chiave per la riduzione del divario.

Insomma, per portare un Paese come l'Italia ad essere competitivo con il resto del mondo bisogna che il divario tra Nord e Sud diminuisca e questo finalmente sta avvenendo, ma soprattutto vicino all'impegno finanziario pubblico si debbono individuare meccanismi, come il projet financing, per un progressivo subentro di fondi privati.