

Eventi

Confindustria Intellect : rimettere i kibs al centro del dibattito sulla competitività

"Il nostro obiettivo è di far salire la quota di PIL nazionale prodotta dai kibs (knowledge intensive business services) dallo 0,2 all'1% come in Germania" Così si è espresso Ezio Lattanzio, presidente di **Confindustria Intellect**, chiudendo ieri i lavori dell'evento "Italia, stivale da corsa" che ha visto la partecipazione di un folto pubblico di addetti ai lavori, studenti, operatori economici. "I tedeschi - ha proseguito Lattanzio - stanno discutendo se e quanto detassare le spese aziendali in consulenze. Loro le considerano un investimento mentre per noi sono un costo di cui tendenzialmente liberarsi. Questo la dice lunga sul differenziale di competitività tra Italia e Germania". Un forte richiamo al ruolo delle imprese di servizi ad alto contenuto professionale è venuto in apertura da Alberto Baban, Vice Presidente di Confindustria e Presidente della Piccola Industria. "I kibs - ha sottolineato Baban - possono aiutare le imprese, specialmente quelle piccole e medie a rendersi conto del loro potenziale, del valore intrinseco del loro marchio e dei loro prodotti, della grande opportunità per lo sviluppo rappresentata dai mercati esteri. Occorre dare una svolta al Paese, combattere il pessimismo e la passività che serpeggia: in questo gli imprenditori sono in prima linea. Siamo ottimisti per natura". "Bisogna far sapere che sappiamo fare - ha esordito invece Elio Carmi, delegato Unicom -. Un "marchio non marchio, perché a differenza di molti altri paesi non è mai stato codificato, difeso dalle contraffazioni che valgono 50 miliardi di euro all'anno, certificato. Insomma non è mai diventato un brand. Il made in Italy sarebbe invece un formidabile supporto alla promessa delle marche italiane nel mondo e queste ultime alimenterebbero costantemente il valore del "super brand Italia" con la qualità e la distintività di cui siamo capaci e ci collocano ancor oggi ai primissimi posti al mondo per lifestyle, food, fashion e via dicendo". A seguire il giornalista Giovanni Iozzia, fondatore e direttore di Economy Up, ha coordinato una tavola rotonda in cui sono state esposte tre case histories di successo. Hanno raccontato la loro storia d'impresa Francesca Beretta, Direttore Marketing di InJob di Verona, ricerca e selezione risorse umane, Enrico Berto, Vice Presidente di Berto's di Padova, cucine professionali, e Davide Gabrielli, Direttore Marketing di Fiemme3000 (Trento), parquet in legno.