

Made in Italy

Le Pmi devono comunicare tra loro

La comunicazione tra le imprese appartenenti a un distretto, nonostante il diffondersi delle tecnologie di rete, è spesso un nervo scoperto per l'economia della piccola e media impresa italiana che, sotto la spinta della concorrenza internazionale, perde mercato, volontà di reazione e vede restringersi ulteriormente i propri spazi vitali.

Nell'ambito di un seminario tenutosi di recente a Milano, **Assinform** ha presentato sei casi di successo, sei aziende cioè che si sono impegnate nel vincere la sfida delle comunicazioni. «Come istituzione di rappresentanza dell'hi-tech italiana», dice Federico Barilli, direttore Assinform, «crediamo molto nel dialogo tra la domanda e l'offerta. Le nuove tecnologie, infatti, dovrebbero essere una leva indispensabile per la competitività delle imprese». Le cinque realtà prese a esempio operano in partnership con le

Pmi del loro territorio e hanno cercato e trovato alcune risposte alle esigenze della comunicazione interaziendale. Le soluzioni individuate coinvolgono, direttamente o indirettamente, un nucleo di oltre 650 realtà industriali sia nazionali sia europee.

«Con un finanziamento dell'Unione Europea», dichiara Nicola Rossi, presidente di **Nica**, società specializzata nell'archiviazione elettronica dei dati, «abbiamo realizzato negli ultimi tre anni **Adapt**, un prodotto che viene offerto a tutte quelle imprese le cui informazioni devono essere trasferite da un'azienda a un'altra. Si è giunti così a una soluzione di uso generale, indipendente dalla classe dei documenti, non invasiva. Lo standard **Xml** è il momento fondamentale dell'approccio».

Punto di forza del progetto di **MetalC**, il secondo caso, è l'approccio modulare a supporto dei processi di interazione cliente-

fornitore: «**MetalC** è uno spin-off del Politecnico di Milano», spiega Matteo Conforti Andreoni, socio fondatore della società. «Mediante i nostri progetti, che nel nostro caso hanno riguardato il comasco, cerchiamo di dare una risposta alla necessità per il sistema produttivo italiano di attivare sistemi di integrazione di filiera che coinvolgano imprese di piccole e medie dimensioni».

Con Fabio Rossi, amministratore delegato di **Joinet**, ci spostiamo in Emilia-Romagna. «Siamo nati nel settembre del 2000 e, con la nostra piattaforma **MaNeM**, Manufacturing network manager, e i nostri progetti intendiamo supportare le aziende manifatturiere nell'ottimizzazione dei processi di comunicazione con le proprie catene di fornitura. Sono convinto che la competitività si accresca anche mediante l'innovazione, sia di processo sia tecnologica, e questo richiede innanzitutto un

approccio nuovo nel relazionarsi con la realtà produttiva. Nell'ambito della relazione cliente-fornitore, per esempio, occorre concepirsi più in "rete"».

Vuole invece creare una comunità d'affari (contoterzisti e capofila) utilizzando servizi di comunicazione peer-to-peer Massimo Nini, amministratore delegato di **TextileItaly**: «Textile Business è un servizio di comunicazione che consente il collegamento diretto del sistema gestionale dell'azienda con i propri clienti e fornitori trasferendo i documenti aziendali con il formato interno in uso, senza modifiche o aggiustamenti».

La creazione di uno standard B2b per il tessile è l'idea di Piero De Sabbata, manager Enea: «**TexWeave**, iniziativa di standardizzazione promossa dal Cen, Comitato europeo di normalizzazione, conta finora quaranta membri iscritti, perlopiù associazioni di settore».