

*4 aprile, ore 14.30: presentazione del volume di Merli, Golosa, Fregonese con Riccardo Varaldo nell'ambito del Master in Management, Innovazione e Ingegneria dei Servizi*

## **La competizione creativa, efficace e sostenibile: ecco la ricetta di “Surpetere”**

La **competizione** può essere **creativa, efficace e sostenibile**? Sì, secondo “**Surpetere**” il volume di **Giorgio Merli, Elena Golosa, Marco Fregonese** edito da **Guerini** che sarà **presentato** alla presenza degli autori **lunedì 4 aprile alle ore 14.30** presso l'aula magna della Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa, nell'ambito del **Master in Management, Innovazione e Ingegneria dei Servizi**. In apertura dei lavori è previsto l'intervento di **Riccardo Varaldo**, Presidente della Scuola Superiore Sant'Anna. Seguiranno la presentazione del volume e una tavola rotonda. Fra gli interventi in programma, quelli di rappresentanti delle imprese partner del Master, come **IBM, Telecom Italia e FIAT**.

### **Una breve presentazione di “Surpetere”**

Gestire la complessità del business, coniugare intuizioni imprenditoriali con strategie operative è sempre più difficile. Interpretare meglio dei concorrenti le dinamiche di opportunità è diventata la vera leva competitiva. “**Surpetere**” significa superare il tradizionale concetto di competizione: intuire una direzione e dotarsi di un modello in grado di reinventarsi e rinnovarsi continuamente, per viaggiare con successo e profitto nel tempo in modo sostenibile. Saper individuare e gestire le leve che possono guidare il business nei marosi delle turbolenze contingenti, senza far perdere la rotta all'impresa, in modo da ritrovarla sempre competitiva anche dopo le tempeste. Le aziende devono rivedere il proprio paradigma strategico-operativo prendendo atto che le organizzazioni stesse non sono più sistemi deterministici, in qualche modo programmabili e gestibili come tali, ma sono sempre più simili a sistemi organici. Ogni situazione di business va condotta come un momento in divenire, dove si incontrano energie di vario tipo, da quelle globali a quelle locali, da quelle dei concorrenti a quelle della propria azienda, da quelle economico-finanziarie a quelle sociali. Con questa consapevolezza è più facile adattare la propria azienda al momento evolutivo dell'ecosistema in cui opera, orientando le energie nella giusta direzione.