

## Romagna Faentina Upgrade

# Impresa Manifatturiera

### Report Incontro del 23 maggio 2024

#### (1) Gruppo di approfondimento: Relazioni e fare rete

1

##### Argomento

Costruire ed esercitare relazioni tra le imprese significa esercitare contatti e rapporti individuali e collettivi di tipo spontaneo, casuale e/o ben organizzati, basandosi su competenze tecniche distintive (il “saper fare”) e sulla comunicazione interpersonale e di business, online e offline.

“Fare rete” significa strutturare le relazioni che ci interessano e ricercare/attuare insieme ad altri scopi condivisi e di comune interesse. Non riguarda cioè e solo scambiarsi i biglietti da visita e auguri di fine anno (comunque ben accetti), anzi è un vero e proprio scambio di cultura ed informazioni che possono contribuire a creare valore aggiunto per sé, per i propri clienti e anche per il territorio e il settore della propria impresa.

Le relazioni sono sempre binarie cioè a due vie, per questo è decisivo capire e condividere:

- come e con chi mettersi in ascolto, analizzare e misurare richieste, esigenze e nuove proposte che arrivano dal mercato conosciuto e da orizzonti e ambiti meno noti
- in che modo queste attività di ascolto e di generazione e governo dei rapporti vengono classificate e gestite in azienda
- come proporsi, come assumere le informazioni e come distribuirle all’interno dell’azienda.

##### Persone intervenute nel confronto del gruppo Relazioni e fare rete

1. Annamaria Altini, legale rappresentante O.R.I. Sas (produzione macchine per trasporto, sollevamento e movimentazione merci)
2. Davide Ceccato, responsabile ambiente e sicurezza Confindustria Romagna (associazione di categoria)
3. Gabriele Emiliani, responsabile formazione e inserimento lavorativo CEFF Cooperativa sociale (inserimento lavorativo soggetti svantaggiati)
4. Stefano Fabbri, HR manager Stafer Spa (sistemi e soluzioni per avvolgibili)
5. Roberto Resta, titolare Resta Srl (macchine per materassi e imbottiture)

##### Principali contenuti emersi

- Necessità di avere più momenti di confronto tra le imprese del territorio e con le istituzioni
- Creare opportunità per conoscersi tra imprese
- Relazioni consolidate con fornitori e clienti, per lo più grazie alla storicità delle aziende e al passaparola
- Difficoltà culturale con i giovani sempre più distanti dal mondo del lavoro
- Mancanza di personale formato e qualificato
  - Se non c’è il personale adatto, è difficile fare rete
- Mettere a sistema processi di coinvolgimento dei giovani per avvicinarli al mondo del lavoro nel settore manifatturiero
- Mancano contatti diretti con la formazione (al di fuori dell’alternanza scuola-lavoro)
- Creare momenti di incontro con gli enti della formazione per strutturare relazioni con le imprese e coinvolgere i giovani
- Territorio e istituzioni devono fare da leva e da collante per rendere possibili questi incontri

- Diffondere modello di relazioni tra le imprese (al di fuori delle associazioni di categoria)

#### Coordinamento gruppo Relazioni e fare rete

- Maddalena Penna.

## **(2) Gruppo di approfondimento: Conoscenza e innovazioni**

### Argomento

La conoscenza nelle imprese è il “luogo delle competenze” che razionalizziamo in

- esplicita (p.e. manuali di istruzione, corsi, master)
- implicita (processi)
- tacita (DNA culturale e di esperienza di ciascuna persona)

L’innovazione nelle imprese è il “luogo delle sensibilità” che si riconosce in

- forma mentis che condividiamo (chi siamo)
- passione e abilità che esprimiamo (cosa sappiamo e sappiamo fare bene)
- storia che rappresentiamo (da dove veniamo e perché)
- relazioni sociali che curiamo (per chi e per cosa esistiamo).

Conoscenze e innovazioni nelle imprese sono “legate” da quattro dimensioni di senso

- i clienti (la risorsa più importante)
- la cultura di progetto o know how (la risorsa distintiva)
- la redditività (la risorsa abilitante)
- il futuro che vogliamo (la risorsa di sviluppo e crescita).

Di recente, le imprese sono investite in modo drastico e duraturo dal cambiamento climatico e dai suoi eventi estremi che impatta anche su conoscenza e innovazioni nelle scelte organizzative quanto nelle relazioni di mercato

- non c’è attività d’impresa che non ne sia coinvolta, anche se a gradi differenti
- a livello locale dobbiamo occuparci di “adattamento climatico” che significa proteggere le persone e le attività umane.

### Persone intervenute nel confronto del gruppo Conoscenza e innovazioni

1. Nicola Vulpinari, HR Manager ATL Group (semilavorati per mobili imbottiti)
2. Cristina Griguolo, titolare Italsab Srl (trattamento materiali e verniciature industriali)
3. Pietro Turri, co-founder Aura Srl (illuminazione a led per agricoltura)
4. Giampaolo Morandi, direttore generale Iemca - Bucci Automations Spa Division, (caricatori automatici per macchinari)
5. Daniele Banfi, co-founder e titolare Wamblee Srl (sistemi elettronici per navigazione aerea e marittima)
6. Paolo Fattori, titolare Elfa Srl (apparecchiature elettroniche per controllo industriale e di processo)
7. Maurizio Sancisi, titolare Fonderia Sancisi Srl (specializzazione in fusione di materiali speciali per nautica, potabilizzazione acque, etc.)
8. Fabio Garavini, titolare Ima Mespac Srl (tecnologie per packaging)

### Principali contenuti emersi

- stile di leadership che si evolve da multiculturale, con persone provenienti da 26 nazionalità e cultura diverse, a pluriculturale, cioè con l’aggiunta dell’incremento di competenze e processi innovativi e diversificati
- necessità di due supporti fondamentali di welfare aziendale
  - favorire inclusione sociale e residenza abitativa

- rendere performante l'attività di formazione di base, specialistica e anche sociale
- impegno di leadership e criticità di welfare aziendale molto simili in più soggetti
- sviluppo dell'innovazione di prodotto e processo innestata e gestita grazie ad altre aziende, fornitori molto grandi e clienti B2B
- importante investimento nella nuova tecnologia di verniciatura per cataforesi (*"E' un trattamento di verniciatura in grado di conferire a elementi in ferro, acciaio e altre leghe conduttori di corrente una notevole resistenza alla corrosione; è caratterizzata dal deposito uniforme di una resina epossidica o acrilica sulla superficie dell'elemento, assicurando per lungo tempo un'elevata protezione nei confronti degli agenti chimici e di altri tipi di attacchi, permettendo inoltre una migliore adesione delle vernici di finitura"*, cfr. [https://it.wikipedia.org/wiki/Verniciatura\\_per\\_cataforesi](https://it.wikipedia.org/wiki/Verniciatura_per_cataforesi))
- non è semplice orientarsi al mercato quando esci dal Contamination Lab, p.e. conosci molto bene la tua tecnologia ma molto poco problemi ed esigenze del mercato al quale hai scelto di rivolgerti
- non è facile inoltre avere accesso al credito, e senza credito non si cresce
- mancano sempre più competenze adeguate di prodotto e soprattutto di processo, il territorio pare sguarnito
- il nodo è che per sviluppare imprese high tech la competenza minima che serve è quella di data analysis, non si trovano data analyst
- anche un'impresa più grande e più strutturata per svilupparsi e fare innovazione si scontra con il problema competenze, ed è così pure per la realizzazione di innovazioni tutto sommato semplici
- dobbiamo essere noi a poter immaginare futuro, da qui prefigurare i nuovi mercati e il marketing, quindi immaginare quali skill sarebbero necessarie e provare ad essere più avanti del mercato anche di 15 anni
- serve ogni iniziativa che trattenga e attragga sul territorio risorse qualificate e competenze non banali, è una sfida di vitale importanza per l'intero territorio insieme con le imprese
- il territorio su questi aspetti deve diventare più accogliente e ricettivo
- problemi molto simili anche nell'high tech più spinto, in particolare
  - poche persone disponibili a impegnarsi in attività molto complesse e di grande responsabilità
  - non si trovano le competenze per attività speciali e di nicchia
  - nella fascia 18-35 anni manca il fattore "passione" per queste sfide
  - la scuola in generale su questi aspetti è inadeguata e inefficace, mentre in Francia ad esempio la performance formativa è molto diversa
  - serve serietà, apertura mentale e padronanza dell'inglese
  - cosa succederà alle aziende high tech e di nicchia dopo il ritiro degli attuali founder che hanno mediamente 55-63 anni?
- se trovassimo personale qualificato potremmo raddoppiare attività e occupazione rispetto agli attuali 40 addetti
- siamo colpiti da una sorta di *burn out* (fuga dal lavoro convenzionale anche garantito), infatti quando le persone per lavorare devono studiare e assumersi responsabilità non reggono, c'è un turnover micidiale, dopo 3-4 anni se ne vanno comunque
- dobbiamo affrontare il ricambio generazionale e di mentalità, il problema è come e con chi
- c'è una trasformazione tecnologica che richiede più estro e più capacità mentre allo stesso tempo favorisce l'inserimento delle donne laddove prima non ce ne erano perché rivelano maggiore pragmatismo, insieme con più tenacia nell'affrontare i cambiamenti e nell'acquisire nuove competenze

- all'ITI di Faenza fanno anche un buon lavoro sui ragazzi ma gli studenti poi disponibili a impegnarsi nei processi tecnologici sono troppo pochi
- non dimentichiamoci della possibilità di sfruttare il modello della “comunità energetica” a vantaggio della manifattura, possiamo infatti generare economia di scala e sprecare meno energia
- manca il collegamento scuola-imprese per motivare i ragazzi a lavorare nelle imprese e per descrivere e proporre carriere adeguate
- le persone vanno rimesse al centro delle scelte e dei progetti

#### Coordinamento gruppo Conoscenza e innovazioni

- Giuseppe Giaccardi.

### **(3) Gruppo di approfondimento: Nuovi servizi e opportunità**

#### Argomento

I servizi sono il “luogo delle relazioni tra persone” che avvengono in modo diretto, indiretto e/o abilitate dalla tecnologia.

I servizi generano sempre cultura, conoscenza, reciprocità, curiosità, innovazione, valore, fidelizzazione, identità, senso di responsabilità e motivazioni di miglioramento e continuità.

I servizi sono “organici” anche all’attività dell’impresa manifatturiera.

Non è immaginabile infatti nessuna attività manifatturiera con buona marginalità senza servizi rivolti al proprio cliente e tantomeno senza servizi disponibili nel territorio nel quale opera.

Approfondire i diversi livelli di servizio significa generare nuove opportunità per il proprio lavoro, per attrarre nuovi investimenti e per orientare gli stessi giovani a investire o tornare a investire nel proprio territorio.

#### Intervenuti nel confronto del gruppo Nuovi servizi e opportunità

1. Luisa Quadalti Senzani, CEO Senzani Brevetti Spa (macchine automatiche per imballaggio)
2. Matteo Pattuelli, General Manager Senzani Brevetti Spa (macchine automatiche per imballaggio)
3. Sabina Laghi, HR manager, rapporti scuola-formazione e mobility manager, Tema Sinergie Spa (medicina nucleare, radioterapia, etc.)
4. Annalisa Prati, CFO Prati Srl (macchine per stampa industriale)
5. Claudio Benini, Direttore generale ATL Group Spa (semilavorati per mobili imbottiti)

#### Principali contenuti emersi

- Forte esigenza di avere personale tecnico qualificato (soprattutto meccatronici), ma è molto difficile trovare persone in zona
  - o anche personale non formato, nonostante le aziende poi abbiano tutta la disponibilità e la volontà di formare le persone
  - o alcune aziende hanno realizzato un proprio progetto di academy (con il supporto di agenzie interinali) ma non ha partecipato nessuno della zona, di otto partecipanti ne è stata poi assunto una sola
  - o necessario intercettare profili under 30 creando dei momenti di incontro con le aziende
- Esigenza di avere servizi e opportunità di integrazione del personale migrante all’interno della città
  - o al momento l’integrazione avviene solo in azienda, in città i più fortunati hanno contatti con la propria comunità, altrimenti sono soli

- Esigenze a livello infrastrutturale
  - o migliorare la viabilità (mancano le strisce pedonali nei pressi delle aziende, parcheggi, etc.)
  - o migliorare le infrastrutture per la logistica
  - o pulire meglio le aree verdi pubbliche vicino alle aziende
  - o nuovi servizi pubblici per lavoratori (migranti) senza mezzo motorizzato per raggiungere le sedi aziendali distanti dalla città
    - pur di lavorare rischiano la vita in monopattino/bicicletta su strade pericolose
- Esigenza di migliorare attrattività e ricettività del territorio di Faenza
  - o quando clienti internazionali vengono a visitare le aziende apprezzano molto il centro storico, ma per trovare alloggio devono andare a Forlì, a Faenza c'è solo un albergo a quattro stelle
  - o mancano alloggi per i collaboratori e i dipendenti attualmente costretti a vivere in altre città della Romagna
- Servizi di welfare aziendale messi a disposizione di clienti e collaboratori
  - o Bike sharing
  - o Sconti e agevolazioni presso gli esercenti limitrofi
  - o Flotta di e-bike gratuite per i dipendenti (35 e-bike molto utilizzate, quindi programma di raddoppio della flotta)
  - o Rimborso abbonamento treno
  - o Progetto di navetta aziendale in collaborazione tra aziende della medesima zona
  - o collaborazione con le realtà culturali del territorio (pe: visite guidate nei musei della città per clienti e collaboratori non faentini)
- Servizi da/per territorio
  - o Open house, cioè occasioni di visita dell'azienda per clienti nazionali e internazionali con degustazione dei prodotti del territorio e racconto del territorio
  - o Eventi straordinari in cui le aziende si aprono al pubblico
  - o puntare a "parametrizzarci all'Europa", cioè raggiungere i medesimi standard di servizio dei maggiori paesi europei
- Nuove opportunità
  - o Creare più occasioni di confronto fra imprese del manifatturiero locale
  - o Confronto finalizzato e continuativo con il Comune
  - o Nuova scuola ITS a Faenza
  - o Occasioni di approfondimento sulle opportunità dei Centri di ricerca del faentino
    - ne conosciamo l'esistenza, ma non sappiamo di preciso cosa facciamo
    - maggiore utilità per Industria 5.0, nuova direttiva macchine del 2022 ed l'ecosostenibilità
  - o Ecosostenibilità
    - Fare cultura e formazione in azienda (pe: leggi nazionali ed europee, Agenda ONU 2030)
    - Nuovo capannone con materiale interamente ecosostenibile
    - Tutte le aziende sono ormai plastic free
    - Ricerca di corrieri con mezzi e pratica sostenibili
    - Economia circolare per i materiali di scarto
    - Conoscere aziende evolute del territorio per scambio buone pratiche
  - o Intelligenza Artificiale
    - importanza riconosciuta ma non è chiaro come sfruttarla, il manifatturiero è indietro
    - organizzare workshop sull'AI per le aziende, è molto urgente



Coordinamento gruppo Nuovi servizi e opportunità

- Marco Antonioli.

---

Grazie dell'attenzione.