

## Romagna Faentina Upgrade

# Imprese ICT e Servizi

## Report Incontro del 13 giugno 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. Paolo Caporossi, amministratore Hoop Communication Srl, web marketing e comunicazione
2. Francesco Carugati, direttore generale ASCOM Faenza
3. Daniele Diversi, amministratore delegato Progetto Aroma, web agency
4. Marianna Donati, HR manager M.M.B Srl, sviluppo software
5. Francesco Fullone, socio Daruma Consulting, consulenza ICT e sostenibilità digitale
6. Riccardo Margotti, marketing assistant Bitways Srl, cybersecurity e assistenza IT
7. Genny Meliciani, responsabile sviluppo organizzativo Artec Srl, sviluppo software

#### Principali contenuti emersi

- Creare opportunità per conoscersi e avere momenti di confronto tra imprese
- Territorio e istituzioni devono fare da leva e da collante per rendere possibili questi incontri
- Difficoltà nel creare reti d’impresa con risvolto concreto in termini di sviluppo locale ed economico
  - o Le aziende portano avanti i propri lavori ma c’è una frammentazione in termini di progettualità
  - o Le aziende da sole non hanno modo di mettersi in rete in maniera sistematica
  - o Di conseguenza, necessità di individuare un soggetto facilitatore che permetta di aggregare risorse e interessi economici delle imprese per progettare azioni coerenti con le esigenze del territorio
- Frammentazione associativa che complica la possibilità di fare rete in maniera aggregata
- Necessità di creare eventi per valorizzare e far conoscere le imprese del territorio (per realizzare il “Festival delle imprese” di Faenza)
- Rafforzare e strutturare il sistema di relazioni tra imprese e istituzioni

- Necessità di avere a disposizione una sorta di directory/mappatura/market place delle imprese del territorio allo scopo di
  - o avere più informazioni
  - o sapere a chi rivolgersi per servizi specifici (pe difficoltà nel trovare formatori del territorio)
- Mancanza di comunicazione diretta nei progetti di formazione tra
  - o imprese e università
  - o imprese ed enti della formazione
  - o questi soggetti, il territorio e le aspettative dei ragazzi che vogliamo portare nel mondo del lavoro
- Indispensabile aumentare l'attrattività del territorio
  - o I giovani sono interessati ma non sono attratti dalla zona e dalle offerte lavorative
  - o I giovani hanno bisogno di una buona qualità di vita e possibilità di carriera altrimenti decidono di andare altrove.
- Mancanza di personale formato e qualificato

#### 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. Mirko Bagnari, coordinatore territoriale servizi di Lega Coop Romagna
2. Giorgio Cavassi, founder e titolare Faentia Consulting Srl, industrial digital engineering, founder Faentia Academy, co-founder Faentia Digital Ltd, Google Campus Londra (UK)
3. Stefania Ciani, biologa, presidente Servizi Ecologici Scrl, consulente ambiente e sicurezza
4. Marco Francesconi, ingegnere, co-titolare Enuma Srl, sw e consulenza mercati energia

5. Luca Giustra, founder e titolare Bitways Srl, sw per cyber security

Principali contenuti emersi

- Mancanza di personale qualificato, posizioni aperte da tempo che non si riescono a coprire
- collaborazione con Unibo importante ma insufficiente rispetto alle esigenze aziendali
- il territorio deve richiamare e facilitare grandi player digitali per dare impulso all'attrazione e radicamento di talenti anche locali, diversamente data analyst e data engineer vanno come minimo a Bologna, non si fermano nel faentino
- Faenza ha notevoli opportunità essendo punto mediano tra il polo automotive e meccatronica di Bologna e Modena e il polo aeronautico di Forlì
- anche per questo è necessario lavorare sul brand Faenza facendolo crescere come identità digitale perché avvantaggerebbe
  - o i processi esposti in precedenza
  - o nuove opportunità di crescita delle aziende locali
  - o attrattività e motivazioni per nuovi investimenti esterni diretti
- rispetto a Imola, realtà importante dell'industria bolognese, Faenza ha il vantaggio di essere stazione di fermata dell'alta velocità che è una motivazione utilissima per motivare i giovani talenti e le relazioni business. in aggiunta ovviamente a quanto detto sopra
- ICT e Servizi locali offrono un livello molto elevato e segmentato di certificazioni internazionali ISO e SA in ambito ambientale e di sicurezza, è un altro punto di forza
- tuttavia permane una difficoltà radicata nel comprendere valore e vantaggio aziendale di investire per tempo in policy evolute a livello di sicurezza sia ambientale e sia cyborg
- in generale, le risorse umane qualificate sono insufficienti perché Faenza non è (ancora) attraente per profili evoluti di under 35, il problema persiste negli stessi processi di successione aziendale (pe. i figli dei titolari vogliono andare via) e il problema è più ampio e complesso dell'offrire un posto di lavoro contrattualizzato
- l'iniziativa Forum/Upgrade è molto utile, va moltiplicata e resa stabile per favorire scambio di conoscenze, nuove opportunità e collaborazioni
- rispetto alla "cultura del dato" e alla sicurezza informatica il mercato locale (Romagna) è del tutto inconsapevole e impreparato, le imprese corrono grossi rischi di hackeraggio e di furto dati e know how, invece investire per tempo è il modo migliore per tutelarsi e risparmiare
- serve più informazione locale mirata su questi aspetti strategici, nessuno se ne occupa, quindi più promozione e ricerca talenti, più formazione di profili evoluti, più preparazione del pubblico e più competenze del privato anche nel gestire cambiamento climatico e organizzazione di imprese e territorio rispetto all'impatto degli estremi climatici

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 sempre più "organici" alle attività d'impresa.

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

Riconoscere e migliorare i servizi che abbiamo, dentro e fuori l'impresa, è già in sé una strategia di sviluppo sostenibile ed è un modo chiaro, tracciabile e misurabile per sostenere la singola impresa e rafforzare l'intero settore.

Approfondire i diversi livelli di servizio significa pertanto 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.

Una scelta di convenienza razionale ed emotiva che possiamo trattare a più livelli.

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

1. Mario Fermi, amministratore BIM Informatica Srl, sw e consulenza per GDO
2. Pier Nicola Ferri, funzionario Confcooperative Romagna
3. Andrea Francesconi, senior software developer Enuma Srl, sw e consulenza mercati energia
4. Maurizio Marani, responsabile SUAP Unione della Romagna Faentina
5. Federica Marughi, amministratore e HR Manager A.D. 2000 Srl, sistemi informatici per PMI
6. Silvia Montanari, presidente Talea Consulting Srl, sw e consulenza per gestioni documenti

#### Principali contenuti emersi

- Necessità di un sistema di comunicazione PA e imprese più flessibile, la burocrazia digitale è troppo complessa
- Il Distretto Informatico Romagnolo (DIR) è fondamentale, farne parte offre due grossi vantaggi
  - o fare rete fra imprese romagnole che altrimenti non si conoscerebbero
  - o è tramite tra imprese dell'ICT e mondo della formazione
- Grande difficoltà a reperire risorse umane già formate, è necessario fare formazione ICT fin dalle scuole superiori e negli ITS per
  - o non solo softwaristi ma anche sistemisti
  - o tutte le fasce di età
  - o avvicinare i giovani alle imprese utilizzando best practice estere
  - o evolvere continuamente le competenze interne alle aziende
- Importante realizzare più occasioni di confronto e conoscenza fra imprese anche di diversi settori per collaborazioni nuove, spesso non ci si conosce pur trovandosi nella stessa città
- *Digital divide* non risolto (anche se abbiamo eccellenze nazionali), necessità di fare alfabetizzazione digitale per
  - o facilitare la comprensione della nuova complessità del web tra le imprese
  - o incentivare la collaborazione pubblico-privato alzando i livelli delle conoscenze
  - o Far passare il messaggio che la cybersecurity è un problema concreto
- Sono necessari inoltre
  - o ricerca & Sviluppo per soluzioni innovative continua nelle aziende
  - o elenco e specializzazione delle aziende del settore presente sul sito dell'Unione
  - o migliore connettività soprattutto in aree con più micro e piccole imprese
  - o più chiarezza per ottenere finanziamenti da parte di micro e piccole imprese
  - o valorizzazione delle comunità energetiche con meno burocrazia e più connessione tra imprese

#### Coordinamento gruppo **Nuovi servizi e opportunità**

Marco Antonioli.