Il Sole 24 Ore Giovedì 28 Febbraio 2019

Focus

Imprese per la crescita



Giovani & Lavoro

Coltivare i talenti (non solo per industria 4.0) è la chiave per lo sviluppo di aziende e sistema-Paese

Solo la formazione continua può creare e mantenere occupazione in un mercato del lavoro mutevole e sempre più specializzato



Connext prosegue il dialogo nel marketplace digitale

Strategie per lo sviluppo. L'evento di Confindustria sul partenariato industriale ha attivato

relazioni che continuano sulla piattaforma online creata per mettere in connessione le aziende

Nicoletta Picchio

numeri sono andati anche olnumeri sono andati anche ol-tre le aspettative; mila i visita-tori, 450 gli espositori, 2500 gli incontri B2B tra le imprese fino all'esaurimento dei tavoli, ol-tre 4mila contatti per incontri accordi. Epoi 500 imprese presen-tionline nel marketplace, la piat-facoma di irila che resterò attiva. taforma digitale che resterà attiva per consentire lo scambio e le rela-

zioni tra le aziende. È il risultato di Connext, il prizioni tra le zizende. È il risultato di Connext, il primo evento nazionale di partena-riato tra imprese di Confindustria che si è tenuto il 7 e 8 febbraio a Milano, al Mico, organizzato per mettere insieme il mondo produttivo, farlo dialogare, creare reit, spingere le filiere di settore e tra piccole, medie e grandi imprese. Un'iniziativa che, appunto, continua: online, nel marketpla-continua: online, nel marketpla-mone, con numeri che già si prevedono in crescita, visto il successo dell'edizione 2019.

«Quando l'industria cresce, ercse l'Italia cresce l'Europa», è stato il messaggio di Vincenzo Boccia, e un salto di qualità di Confindustria. «Connext ha illustrato Boccia - è un salto di qualità di Confindustria ce con l'america con di contrare con di sul contrare con sul consensa di confindustria con contrare con sul contrare con contrare contrare con contrare contrare contrare con contra

di qualità di Confindustria che diventa sempre di più attore so-ciale e vuole definire proposte nell'interesse del Paese. È un esperimento che apre una nuo

stagione del nostro mondo ass stagione dei nostro mondo asso-ciativo, un evento realizzato dalle imprese per le imprese, con l'obiettivo di disegnare un futuro per il mondo produttivo, per fare squadra e mettere a fattor comune eccellenze e conoscenze. Co-me Confindustria, abbiamo anche il compito di accompagnare la crescita delle imprese». Ad inaugurare, la mattina del 7

la crescita delle impreseo.
Ad inaugurare, la mattina del 7
febbraio, è stato proprio Boccia,
assieme al presidente di Assolombarda, Carlo Bonomi, e a Stefano
Cuzzilla, presidente di Assolombarda, Carlo Bonomi, e a Stefano
Cuzzilla, presidente di A, Manager
e Federmanager. All'evento milanese (creato su un format di Unindustria Lazio) era presente tutta la
squadra di presidenza di Confindustria, a partire da Antonella
Mansi, vicepresidente per l'organizzazione, che ha avuto la regia
dell'iniziativa e dell'evento finale.
Con lei Licia Mattioli, vice presidente per l'internazionalizzazione, che ha coordinato la parte internazionale e l'incontro con la
Confindustria del Marocco; Lisa
Ferrarini, vice presidente per l'Europa, che si è concentrata sul ruode
del made in Italy; Maurizio Stirpe,
vice presidente per le relazioni industriali, che ha presieduto il premio sicurezza sul lavoro in collaborazione con l'Inali; Giulio Pedrollo, vicepresidente per la politica industriale, e Giovanni
Brugnoli, vicepresidente per la politica industriale, e Giovanni
Brugnoli, vicepresidente per la politirale umano, che hanno tirato le Brugnoli, vicepresidente per il ca-pitale umano, che hanno tirato le fila dei lavori su innovazione e ca-



Quando l'industria cresce. cresce l'Italia l'Italia cresce l'Europa Carlo Robiglio, presidente del-la Piccola industria, e Alessio Rossi, presidente del Giovani, so-no intervenuti sul tema della ma-nagerialità. I Giovani imprenditori ri di Confindustria sono stati an-che presenti con il loro stand Casa Gle danno collaborato alla "Call 4 start up", un bando per nuove imprese (le 20 vincitrici sono enimprese (le 20 vincitrici sono en-trate di diritto a Connext); Stefan Pan, vice presidente di Confindu-stria e presidente del Consiglio san, ve pressente del Consiglio delle rappresentanze regionali e per le politiche di coesione territoriale, ha coordinato l'accordo tra Confindustria-Agid-Conferenza delle Regioni-Itaca sugli appalti innovativi presentando un portale, Appaltinnovativi, perculizzato dall'Agenza per l'Italia digitale, per cambiare l'approccio delle pubbliche amministrazioni verso il mercato.

Sotto la guida del direttore generale Marcella Panucci, ha contributio alla buora riuscira dell'iniziativa l'intera struttura di Confinutativa, l'intera struttura di Confinutati, che ha collaborato tra l'altro all'organitzzazione dei roadowo preparatori in tutta Italia. L'evento si è articolato suquattro diverte mateit. a persona di centro diverte mateit. a persona al centro

driver tematici: la persona al centro del progresso; la fabbrica intelli-gente; le aree metropolitane motore dello sviluppo; il territorio labo-ratorio della crescita sostenibile. In più un focus specifico su interna zionalizzazione e made in Italy, con seminari su Cina e Germania

aziende tra gli stand di Connexi aperta anche ai non iscritti a Con findustria, proprio per ampliare la possibilità di contatti e fare rete, in un approccio di progetto Paese. Eccellenze poco conosciute e grandi nomi, tra cui spiccano Banca In-tesa e Umana, Enel, Leonardo, Eni, Fs, Erg, Google, Amazon, Sogin, Exprivia-Italtel, Tim con Olivetti, Ibm, Siemens, Audi, Mastercard Europe, Edenred Italia. Inoltre,

iom, stemens, audi, Mastercard
Europe, Edenred Italia. Inoitre,
non mancavail mondo universitario, dalla Luiss alla Liuc; ofter alsistema associativo con molte territoriali con il proprio stand.
Tra gli eventi, un focus sulreconomia circolare realizzato
da Sogin, con la partecipazione
anche delle istituzioni, presente
il sottosegretario al ministero
dello Sviluppo economico, Davide Crippa, per analizzare il percorso per lo smaltimento delle
scorie nucleari. Un tema delicato
e con grandi ricadute per il sistema delle imprese, su cui da anni
l'Europa ci chiede di impegnarci
per arrivare ad una soluzione.
Nella due giorni di Connext si è
svolta anche una tappa dei roadshow Imprese per l'Africa, con la
Fondazione Ea/Impact. Sui temi
della formazione e manageralità si
sono concentrate la ttività di Fon-

sono concentrate le attività di Fon dimpresa, presente con il suo presi-dente Bruno Scuotto, e 4.Manager Quest'ultima ha realizzato un sondaggio in tempo reale tra le impre-se, da cui emerge che la figura manageriale più richiesta per il futuro sarà il manager per l'innovazione. Sono stati inoltre firmati una

serie di accordi come, per esem-pio, quello tra Google e Confindu-stria, per favorire l'internaziona-lizzazione delle aziende, la formanon solo nomi. zione sulle competenze digitali, la presenza online del mondo im-prenditoriale. O come quello tra il Gruppo tecnico confederale Reti Pmi di tutti i settori di imprese, la rete dei Digital in-novation hub di Confindustria e

novation hub di Confindustria e Retlinpresa, per stimolare la na-scita di reti di imprese e favorire contemporaneamente la trasfor-mazione digitale.

Non c'era solo l'Italia: oltre 50 aziende sono arrivate da Germa-nia, Marocco, Romania, Bulgaria, Albania, Serbia, Macedonia e Bo-snia Erzegovina. In particolare, le aziende italiane del settore del food hanno incontrato operatori delle reti commerciali tedesche. L'attività internazionale si è rea-lizzata grazie alla collaborazione di partner come la Confindustria del Marocco, Confindustria del safrica e Mediterraneo: la Bdi, safrica e Mediterraneo: la Bdi, Confindustria tedesca; la Ahk, la Camera di Commercio italo-ger manica, Confindustria Est-Euro pa e l'Agenzia Ice.

Nel corso dei seminari sui driver tematici ci sono stati interventi di personaggi di fama internazionale: Stefano Boeri, Gry Hasselba ch, Geoff Mulgan, Francesca Bria David Thorne.

Il made in Italy può battere recessione e concorrenza

organizzato ne

delle tre torri di CityLife a Milano

tornerà il 27-28

febbraio 2020,

attive 500

imprese

L'ANALISI

onostante la recessione che ci ha colpito nel secondo semestre 2018 e la prospettiva di un aggravamento del quadro aggravamento det quarro macroeconomico nel 2019, l'Industria italiana possiede molti più anticori per reagire rispetto alle precedenti crisi del 2008-2009 del 2012-2012, En on viè alcun dubbio che il made in Italy sia oggi estremamente più competitivo di un tempo. Con circa 1,500 prodotti in cui siamo nel primi cinque posti al mondo per migliore bilancia commerciale, l'Italia detiene il quinto surplus manifatturiero con l'estero, ex aequo con l'aiwan, dopo cina, Germania, Corea del Sude Giappone. Le nostre piccole e medie imprese manifatturiere con 10-249 addetti sono prime per export nell'area Osse, con 180 miliardi di dollari, mentre le nostre grandi macroeconomico nel 2019 dollari, mentre le nostre grandi imprese manifatturiere con oltre 250 addetti, pur essendo appena più di 1.000, da sole esportano 19 miliardi di dollari. In pratica, l'export manifatturiero italiano vale grosso modo due volte quello dell'industria spagnola, che si ferma a 189 miliardi. Il made in Italy non ha alcun

timore reverenziale di fronte ai

concorrenti mondiali. Anche perché negli ultimi anni ha perche negli ultimi anin ia investitio molto in ricerca e sviluppo, qualità dei prodotti, tecnologie, internazionalizzazione, connessione in rete con formitori eccienti. In un fascicolo statistico di prossima pubblicazione, preparato in occasione del suo ventennale (1999-2019), la Fondazione Edison evidenzia lo straordinario sforzo di trasformazione compiuto dalla nostra industria dal 2014 in poi. Nel triennio 2015-2017 gli investimenti italiani in macchinari e attrezature, grazie al super-ammortamento e al piano Industria 4.0, sono crescituti ad un tasso annuo record del 6,7%, doppio di quello tedesco. Nei comparti di nostra maggiore specializzazione siamo ai vertici in Europa per spesa delle imprese in R&D: primi nel tessile-abbigliamento-pelli-calzature-mobili nel 2016 con 686 milioni di euro e secondi solo alla Germania sulla prascubtano. milioni di euro e secondi solo alla Germania nelle macchine e apparecchi meccanici con 1 miliardo e 635 milioni. Dati che apparecchi meccanici con 1
miliardo e 63 milion Dati che
sfatano il luogo comune secondo
cui e nostre imprese non farebbero
ricerca. Non solo. L'Italia detiene un
importante essto posto a livello
mondiale per stock complessivo di
nobo installati (6,356 unità nel
2017). Siamo preceduti soltanto da
Cina, Giappone, Corea del Sud, Stati
Uniti e Germania, che hanno
numeri più grandi di no Patro che
però dipende dall' alta densità di
robot in settori come l'automotive
e l'elettronici an cui il nostro Paese è
scarsamente presente in realià,
Pittalia primeggia nel suoi campi di
specializzazione, essendo quarta ai
mondo con 7,037 obto installati
nell'alimentare-bevande-tabacco, a
poca distanza dalla Germania.
Siamo inoltre secondi solo alla Cina
nel tessile-abbigliamento-pellicalzature e alla Germania nel legnoarredo. La crescita dei robot in talia
è stata impressionante negli ultimi
reanni- 4,985. nell'alimentare
1,275. nella moda, 2125. nel legno-+27% nella moda, +21% nel legno arredo, +23% nella metalmeccanica. Le politiche per l'industria 4.0 hanno messo il turbo al made in Italy e lo hanno reso più forte.

http://24o.it/

Giovedì 28 Febbraio 2019 Il Sole 24 Ore

Focus

Imprese per la crescita

Costruttiva la condivisione di best practice a Connext. In prima linea molte piccole e medie aziende, incubatori come Digital Magics, colossi come Leonardo, Siemens e Hp, banche al top come Intesa Sanpaolo

Innovazione. La piattaforma online appena creata è un nuovo strumento per il dialogo tra big, Pmi e startup, ma anche luogo di scambio di saperi

Partnership e reti: così si mette il turbo all'open innovation

ho partecipato con qualche scettici-smo. Ma il risultato dei confronti B2B è stato positito der common vo e credo che l'anno prossimo ci saremo ancora». Giancarlo Losma, imprenditore della componentistica delle macchine utensili, da Connext non ha portato a casa alcun nuovo contratto o commessa aggiuntiva. Non era questo del resto l'obiettivo. Il gradimento è infatti legato ad altro ed è un primo segnale della validità del modello messo in campo: un percorso costruito con l'obiettivo di accelerare l'innovazione aprendosi al mondo esterno, in uno schema che punta sul confronto, l'ampliamento del network, l'accesso a servizi e opportunità di sistema.

«N'essuno, e a maggior ragione

n tutta franchezza,

«Nessuno, e a maggior ragione le Pmi, - spiega il vicepresidente per la politica industriale di Con-findustria, Giulio Pedrollo - può pensare oggi di innovare in modo battere la strada dell'open innova nazioni. E il nostro obiettivo con Connext era proprio quello di mettere insieme diversi mondi e farli dialogare, presentando anche una serie di case history che potessero

dare a tutti nuove suggestioni. L'evento di premiazione delle imprese innovative è stato in effetti tra i più seguiti, ho visto molte persone prendere appunti e ascoltare con attenzione les trategie adottate ei successi raggiunti. È stato un bel momento, che a mio avviso sintettizza lo spirito di Connexto.

Strumento che si pone anche come ponte tra innovatori, aspiranti imprenditori e mercato. L'incubatore Digital Magics, ad esempio, ha creato in Connext un corner per consentire ai giovani di raccontare idee, modelli di businesse obiettivi, oltre ad aver selezionato tra poco meno di 200 candidature la rossa di 40 statrupt ra cuil Comitato tecnico 40 startup tra cui il comitato tecnico di Confindustria ha individuato le di Contindustria ha individuato le 20 esperienze migliori. «Il valore dell'iniziativa - spiega l'ad di Digital Magics, Marco Gay - è quello di fare incontrare queste realtà con le im-prese già strutturate. Mi pare che l'esperimento abbia funzionato, perché ha prodotto contenuti e so prattutto contatti. Che ora possono essere portati avanti e sviluppati». La piattaforma Connext è anche

La piattaforma Connext è anche un modo per sistematizzare le diverse iniziative e opportunità in campo a disposizione delle aziende, come la rete dei Digital innovation hub creata da Confindustria e già operativa sull'intero territorio nazionale, o il cluster Fabbrica intelligente. «Di rado capita di riuscire a mettere insieme l'intero nostro sistema- spiega il presidente del cluster, Gianluigi Viscardi - e devo dire che il riscontro è stato ottimo: al cluster si sono iscritte molte aziende da tutta Italia, dal Friuli alla Puglia. È stato un modo per raccontare alle impresse il ventaglio di oportunità, il nuovo ecosistema che sta avanzando. Che vede molte iniziative in campo, tra cui ora bisogna ziative in campo, tra cui ora bisogna scegliere. La sfida, naturalmente è quella di dare continuità alla piatta forma». Attraverso cui è possibil informarsi anche sulle opportunit offerte dall'Europa, proposte bandi non sempre noti alle impre se. Come ad esempio i grandi pro



to di un follow-up successivo.
«Il nostro obiettivo - spiega Da-niele Finocchiaro, presidente del gruppo tecnico ricerca e sviluppo di Confindustria - è quello di dif-fondere conoscenza, in modo da aportire la costruzione di maternafondere conoscenza, in modo da favorire la costruzione di partenarati italiani che possano partecipare da protagonisti alle iniziative delle value chain strategiche europee. Le risorse in campo sono ingenti el dobbiamo fare in modo che le nostre imprese ne possano approfittare». Value chain come ad esempio cybersecurity, lot o smart health, temi su cui le azienu ruolo di primo piano.
Sfruttando anche le sinergie possibili con alcuni player globali delle nuove tecnologie, che di recente hanno siglato accordi quadro con Confindustria. Ad esempio

mens, che mette a disposizio della rete dei Digital innovation hub il proprio centro tecnologico e applicativo di Piacenza, offrendo fino al 2020 in modo gratuito 100 giornate di formazione sulle tec nologie abilitanti di Industria 4.0. «Il nostro gruppo - spiega Giuliano Busetto, Country division lead delle divisioni Digital factory e Process industries&drives di Siemens Italia - è presente in modo diretto nei centri di competenza che na-sceranno a Milano, Torino, Bologna ma abbiamo voluto fare un passo in più, mettendo a disposi-zione del sistema in modo gratuto zione del sistema in nicoto giatatto il nostro centro già operativo a Pia-cenza. Li abbiamo macchine fun-zionanti, non slide o presentazio-ni: è un modo per toccare con ma-no i benefici della digitalizzazione

applicata ai processi. Potenzialnente puntiamo a coinvolgere

appicata ai processi. Potenziai-mente puntiamo a coinvolgere 1.500 aziende». Altra intesa strategica è quella biennale siglata nella formazione con Hpitaly, che mette a disposizio-ne i propri esperti per 40 incontri annuali sul territorio all'interno del-la rete dei Dih. L'obiettivo è appro-fondire le soluzioni tecnologiche di design e produzione nella manifat-tura additiva. «Noi - afferma Tino Canegrati, al Hpi Italy - lavoriamo e collaboriamo da tempo con imprese e istituzioni italiane per rendere concreto il progetto di trasforma-zione digitale in atto. Questa intesa ci consentirà di mettere a disposi-zione la nostra esperienza e inostri contribuire allo sviluppo di nuove competenze». Il link tra grandi aizende e Pmi è al centro del coin-volgimento in Connext di Leonardo, o in Connext di Leon che con la propria rete di fornitura (in Italia gli acquisti valgono quattro miliardi di euro) ha avviato il percorso Leap 2020, un modo per rafforzare legami e creare partnership a monte. « Il bilancio è positivo spiega il responsabile di procure-ment e supply chain Marco Zoff - e non solo perché molte aziende han-no ascoltato la relazione. Dopo l'inntro ho ricevuto decine di chiamate inattese, soprattutto da parte di realtà che non sono attualmente nella filiera Leonardo. Ad esempio soggetti della motor valley emiliana, che pur non collaborando con noi realizzano componenti e lavorazio-ni di altissima precisione con mate-riali innovativi, dunque aziende del tutto coerenti con il nostro mondo».

B2B e sono stati



Internazionalizzazione. Il networking strutturato fra società può spingere il business anche in periodi di crescita stentata

Creare ponti verso l'estero apre nuovi mercati



corner per

non sapeva-mo bene che ci. Ma siccome detto che l'obiettivo, più che vendere, era cercare partner, ragionare in otti-ca di filiera, abbiamo deciso di non mandare i "commerciali" ma i nostri esperti di ricerca e sviluppo. Abbiamo

mandare Tominerdou in Biritosui esperid di ricerca e sviluppo. Abbiamo fatobene. Abbiamo trovato due startupo con cui potremo proseguirelo sviluppo di sensori intelligenti applicati al'abbigliamento di Vigili del fuoco,
Polizia ed Esercitoo. Per Roberto
Grassi, che da anni guidal 'azienda di
famiglia, fondata in provincia di Varese nel 1923 (circa 6o milioni di fattura too coltre mille dipendenti tra Italia,
Tunisia, Romania e Albania) l'innovazione è stretamente legata all'esportazione «Forniamo - spiega - abbigliamento tecnico per le Porze dell'ordine. Vestiamo l'esercito francese.
Senza tecnologie all'avanguardia si
resta fund falle gare d'appaloo, dice.
Negli incontri BaB programmati
el corso della due giorni milanese di
Connext, il capitolo internazionalizzazione è stato soprattutto declinato
sucome creare ponti, individuare si-

su come creare ponti, individuare sinergie, fare scouting di partner, avvi-cinare modelli di business tra Paesi e filiere molto diversi fra loro.

Il confronto con la Germania

Con un interscambio che vale più di 120 miliardi (56 miliardi di export italiano e 65 di import), la Germania reasa il partner numero uno. Un'eco-nomia più complementare all'Italia, con la quale intreccia catene del valo-re e processi di lavorazione un po' in tutte le filitere dalla meccanica al-l'automotive, dalla siderurgia all'ali-mentare, sino al tessile e alla chimi-ca-farmaceutica. Il dialogo su questa partnership, a Connext, siè concen-tato su formazione e competenze, dei giovani e di chi e già dentro al mondo del lavoro e rischia di subire anziche imparare a gestire la digita-lizzazione delle imprese. «In Germania, diversamente che in Italia, per legges sono le Camere di Commercio tedesche a certificare la formazione; professionale al livellona-zionale- haaffermato Katrin Helber,

zionale - ha affermato Katrin Helber direttrice di Dual concept, società di formazione della Camera di Com-mercio italo-germanica - Crediamo che l'Italia debba sviluppare maggior ente il sistema di formazione duale tedesco. Noi non teniamo corsi, ma

meno alla Camera italo-tedesca – stiliamo un piano formativo e cerchiamo l'ente di formazione più

idoneo con cui svilupparlo» Nell'Italia che ha più del 30% di di soccupazione giovanile, il modello tedesco ha attratto la platea di Connext. Eppure, con l'ultima legge di Bilancio, il governo ha dimezzato l'alternanza scuoia-lavoro, nemmeno pui indi-spensabile per accedere alla maturità. «Riteniamo che sia fondamentale al-lineare la formazione scolastica con le competenze che richiedono le azien-de – ha detto ancora Helber – "Questo èl'unico modo per raggiungere un'al-

SOTTO I RIFLETTORI



«È necessario sviluppare di più i rapporti commerciali tra le imprese italiane e quelle cchine su progetti di digitalizzazione e tlc»





applicabili all'abbigliamento nico. La tecnologia, per noi ta occupabilità dei giovani. I nostri programmi prevedono che almeno i 50% delle ore di formazione sia svolto in azienda. Siamo nati solo nel 2015, sinora abbiamo accompagnato una decina di aziende italiane e tedesche in Italia e formato oltre 100 giovani»

Il Marocco porta per l'Africa

Anche l'associazione industriale ma-rocchina – hub di beni e servizi e lorocchina - hub dibeni e servizi elo-gistica sicura verso l'irica - propo-ne alle imprese Italiane di creare partnership di trasefrimento tecno-logico. «È necessario sviluppare il rapporto tra le imprese Italiane e ma-rocchine su un piano più ambizioso - ha spiegato a Connext Khalid Benjelloun, vicepresidente di Cgem (la "Confindustria" marocchina) -che coinvolga anche la digitalza-zione e la ricerca e sviluppo». Nel 2017, l'export italiano in Ma-roccò crescituto del 17%, pari ad 1.8 miliardi e il nostro Paese resta Il terzo partner commerciale, a distanza, do-po Francia e Spagna. «Il Marocco - ha aggiunto Hassana Aboujoub, amba-sciatore in Italia ed ex ministro - hal a prima rete bancaria e aerea di tutta

orima rete bancaria e aerea di tutta l'Africa. Telecom Maroc è leader in 14 Paesi africani e, al netto di oil&gas, siamo i primi investitori nel continente. Credo che ci siano tutte le pre messe per partnership utili. A partire dalla digitalizzazione».

Il credito a chi esporta

Con vendite all'estero, nel 2018, che hanno superato i 450 miliardi di euro, Stefano Barrese, responsabile della divisione Banca dei Territori di Intesa

sterano narrese, responsabue cuita divisione Banca del Territori di Intesa Sanpaolo, ha ricordato, a Connext, che din dici anni l'export italiano è triplicato equesto è un dato eccezionale, indice dello sforzo delle Projet internazionalizzarsi anche in un periodo di crescita difficileo. Nel 2018, ha aggiunto Barrese, la Banca dei territori sha erogato alle Pmi circa 18 milliardi di crediti a medio-lungo termine, cercando di abilitare per loro percorsi di accompagnamento, di connessione e inserimento perché slano in grado di competere sui mercati internazionali; anche attrezzarodo desk specialistici operativi nei principali liub del gruppo a Shanghai, Francoforte, Londra e New Yorko, «Inoltre- ha concluso Barrese -, per finanziare il credito a medio e lungo termine, abbiamo crea ostrutture dedicare al rafforzamento patrimoniale delle imprese e alla finanza strutturata, in gran parte finalizzata a finanziare il coroccifinalizzata a finanziare la loro cresci



Focus

Imprese per la crescita

Lo sviluppo sostenibile economico, sociale e ambientale è una forte leva per la ripresa dell'economia, ma va costruito con tutti gli stakeholder: cittadini delle aree in cui le aziende operano, dipendenti, clienti e fornitori

Strategie. La capacità di fare rete e il dialogo con il territorio al centro del percorso di Enel ed Eni

Energia, le big scommettono su innovazione e sostenibilità

n unico filo rosso:
l'energia. Sviluppata,
però, nelsegno della sostencibilità edell'inscione. E con un occhio
ormai connaturata al modo stesso di
fare business. È questa la lente attraverso cui leggere la strategia di alcuni
grandi gruppi del settore energetico
che considerano la capacità di dialogareconi l'eterriorio, difare rete control, difare rota control este sono
stesso messo al centro anche da Conrestdove, non accso, leg grandi corporate come Enie de Enel ne hannori hadito la centralia.

Un simile approccios'intravvede, dunque, lungo i quattro filoni che Enel ha rimarcato fortemente anche in occasione di quell'appuntamento dalle proposte per le imprese in grado digenerare un fattore competitivo alla riqualificazione energetica dei con domini con una nuova offerta "chiavi in mano" targata Enel X (la divisione dedicata ai servizi energetici avanzati), dalla mobilità elettrica a Futur-e, il progetto che punta a dare una se conda vita alle 23 centrali termoelettriche non più attive e a un'area ex mineraria. Tessere diverse, certo, ma ac-comunate dalla volontà di declinare l'energia non solo come semplice compravendita di una commodity. compravendita di una commodity. Ecco perché, nella già ampia offerta alle imprese, il gruppo guidato da Francesco Starace ha scello di porre Taccentos uturi quel servizinnova-tivi, dagli impianti di cogenerazione alle fonti rinnovalii per la produzione, fino alle soluzioni di efficienza energetica, che consentono alle aziende di considerare l'energia come undriver disviluppo. La stessa logica, quese Vultima, che attraversa anche alle altre tessere, a partire dalla nuova proposta di Enel X per i condomini: un pacchetto completo che consente la riqualificazione abitativa, ma anche una serie di vantaggi, come la anche una serie di vantaggi, come la riduzione dei consumi e delle emissioni inquinanti con il conseguente calo dei costi in bolletta, l'abbatti mento della spesa per gli interventi oltre che l'aumento del valore degli

INUMERI

14mila

Sono i punti di ricarica previsti al 2020 previsti dal Piano nazionale per le infrastrutture di ricarica, per le infrastrutture di ricarica, presentato e avviato da Enel a fine 2017. Il gruppo punta a raddoppiarle nei successivi due anni in modo da assicurare una copertura capillare in tutte le regioni con l'installazione di stazioni di ricarica a 22kilowatt (quick), a 50 kW (fast) e fino a 350 kW (ultrafast).

70 kg

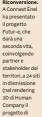
La capacità produttiva di Gela È la capacità produttiva giornaliera di bio olio stimata per giornaliera di bio olio stimata per l'impianto pilota targato Eni di Gela che viene alimentato con 700 chilogrammi al giorno di rifiuti organici forniti dalla società per la golamentazione del servizio di gestione rifiuti Srr di Ragusa

immobili grazie al miglioramento della classe energetica. Mentre, sul fronte della mobilità elettrica, la rotta e stata tracciata dal piano nazionale per le infrastrutture di ricarica, presentato e avviato dal gruppo a fine 2017, che prevede circa 14mila punti di ricarica entro il 2020 per raddoppiale nel successivi due anni, in modo da assicurare una copertura capilare in tutte le regioni con l'installazione di stazioni di ricarica a 2akilowatt (quick), a 50kW (fast) efitano 3356W (Wildrafash). Aoggi, inuovi punti di ricarica installati sono oltre 4.500 e si procede aun ritmo di oltre 4.500 e si procede a un ritmo di oltre 4.500 e si procede a un ritmo di oltre 150 installati a settimana. In questo modo, il gruppo punta ad accelerare la diffusione della mobilità elettrica nel Paese. Eil Paese è al centro anch nel progetto Futur-e dove impianti e siti, che ne hanno sostenuto la crescita industriale, possono tornare a rac contare una nuova storia di sviluppo e innovazione sostenibile media la collaborazione con i territori e la creazione di valore condiviso.

Questi ultimi due driver guidano anche la strategia di Eni che, a Con-next, ha puntato su due momenti di confronto per valorizzare le compe-tenze nell'ambito delle aggregazioni temmon per vaan izzer ecompeter temze nell'ambito delle aggregazioni di impresa e del modello di relazioni on il tessuto imprenditoriale, e per ribadire l'impegno e le azioni messe in campo nell'economia circolare. Da un lato, il gruppo guidato da Clau-dio Descalzi ha così adottato il mo-dello "dual flag", in base al quale la compagnia affianca il Paese per so-stenerne lo sviluppo locale attraverso importanti niziative di supporto so-cio-economico con il colivolgimento ditutti gli stakenolder. E questo vuol dire imanzitutto dare accesso ad-litutti gli stakenolder. E questo vuol dire imanzitutto dare accesso al-l'elettricià, manche promucova prore delle comunità in cui l'azienda opera (dalla diversificazione delle economie locali a progetti per la salta-cun). Dall'altro, Eniha intrapreso un approccio sistemico per supportarelo approccio sistemico per supportarelo approccio sistemico per supportarelo per portanti con proportare delle comme proportare la proportare sistemico per supportare la proportare sistemico per supportare la proporta per la per la proporta per la per la proporta per la per approcciosistemico per supportarelo sviluppo sostenibile di lungo termine facendo leva sull'economia circolare. Così nella raffinazione, il gruppo, oltre a esser stato il primo a convertire una raffineria tradizionale in bioraffi neria (Venezia e presto anche a Gela), sta lavorando sul recupero degli oli esausti di frittura domestica per pro-durre green diesel a supporto della csaustumituratuousticaper juvi durre green diesel a supporto della mobilità assettabile assiviluppando soluzioni tecnologiche per generare olio microbico da rifiuti di biomassa ilignocellulosica (per esempio, la pa-glia di grano o quella del más). Sem-per per spinger la filiera dell'econo-mia circolare. Eni hapoi sviluppato e brevettato la tecnologia "vaste to fuell" che consente di utilizzare rifiuti urbani per produrre energia: pirmi urbani per produrre energia: pirmi urbani per produrre energia: pirmi o vengono trasformati tramite un pro-cesso di liquefazione in un olio rico-nosciuto come blocarburante avan-zato da impiegare per il trasporto ma-ritimo o per alimentare le raffinerie dell'azienda. Un circolo virtuoso che stato avviato con un impianto speri-mentalea Gela (con una capacità pro-duttiva di bio dio della struttura sti-mata in circa y o chilogrammi al giormata in circa 70 chilogrammi al gior-no) e che è frutto del lavoro sinergico delle diverse realtà del gruppo, dalla ricerca a Syndial, il braccio ambientale. Mala circolarità è un driver strate-

gico anche per Versalis (chimica), che l'ha applicata ai processi e ai prodotti

3D di Huma





Valorizzare i talenti. Solo l'aggiornamento professionale consente alle società di svilupparsi e alle persone di accedere o restare in un mercato del lavoro sempre più mutevole e competitivo

Formazione e manager per crescere

ei prossimi cinque anni le imprese in Italia sono pronte ad assum quasi 500mila tecnici, super periti, diplomati super perut, aipioman «Stem». Già oggil i 3 3 % delle professionalità tecniche risulta "introvabile". Ci sarà bisogno, da qui al 2023, anche di quasi 3 comila operai specializzati. Trai colletti "bianchi" invee eli mercato ricercherà, tra gil altri, 100mila ingegneri e 6 şmila laureati scientifici. Senza dimenticarell connublo, sempre più necessario, tra aziende e manager (per spingere l'invazzione); come pure quel avoratori che per riorganitzzazioni or istrutturazioni aziendali hanno necessità di aggiornare o "ricalibrare" le proprie competenze per migliorare la propria occupazione, o ricollocarsi con maggior rapidità.

Insomma, nella seconda manifattura europea, ai tempi di Industria 4,o, la formazione e la spinta alla crescita sono divenuti temi centrali del apporto tra mercato del la-

trali del rapporto tra mercato del la-

voro e impresa. «L'azienda chiede nuove compe tenze e maggiori pluralità di cono-scenze - sottolinea Maria Raffaella Caprioglio, presidente di Umana, fra scenze - sottolinea Maria Raffaella Capriogilo, presidente di Umana, fra le prime agenzie per il lavoro in Italia con 133 filiali e 25mila persone ogni giorno impiegate - E quelle stesse hard skill acquisite sono caratterizzate da un grado di obsolescenza altissimo, si consumano rapidamente. Ecco dunque che la flessibilità, la capacità di adattamento, la conoscenza del mondo dell'impresa, e soprattutto la formazione continua diventano in gredienti fondamentali per chiunque siavvicini, o voglia restare parte attiva del mercato del lavoro».

Quello che serve è un approccio di sistema, che si traduca nella definizione e nell'implementazione di policy nazionali, con declinazioni operative anche a livello territoriale, su formazione secondaria, terziaria, alta formazione, formazione continua. «Giò tuttavia - prosegue Caprioglio - presuppone che il sistema educativo e formativo sia caratterizato dalla contaminazione dei saperi e delle conoscenze, dall'interdisci-plinarierà, da un'impostazione di

e delle conoscenze, dall'interd plinarietà, da un'impostazione di-dattica ricca di pratiche ed esperienze sul campo in azienda. Con la nostra area orientamento, in questi serviranno operai spe cializzati. 100mila laureati

formazione, e abbiamo progetta Academy aziendali; Umana è anche partner attiva di 22 fondazioni Its in tutto il territorio nazionale». Il punto è che la formazione deve

restare una sorta di "pietra d'angolo" che consente alle imprese di crescere ealle persone di accedere o restare in un mercato del lavoro sempre più

un mercato del lavoro sempre più mutevole e competitivo. In ques' ottica, un ruolo centrale lo gioca Fondimpresa, il fondo interprofessionale per la formazione continua di Confindustria, Cgil, Csle Ul, col citre josmila aziende aderent, di Gontilo di lavoratori), che, da anni, finanzia la formazione del lavoratori nelle aziende aderenti e promuovel a cultura della formazione come strumento essenziale per innovazione, sviluppo, tutela dell'occupazione, vallorizzazione del capitale umano.
«Ormal da tempo abbiamo voluto tastare il polso di quella che è la situazione attuale delle grandi impre-

tastare il poiso di quella che e la si-tuazione attuale delle grandi impre-se e grazie a loro abbiamo ampliato la nostra visuale, non solo alla necessità di figure professionali 4.0, ma a rendere innovativo il percorso di for mazione - racconta Bruno Scuotto, presidente di Fondimpresa - Abbiasoltanto bisogno di formare profili professionali 4.0, ma bisogna pensare a percorsi formativi 4.0. La nostra formazione è ancora troppo legata alle ore in aula, invece bisogna digi-talizzare il percorso. Immagino pro-cessi di formazione innovativi, con piattaforme fruibili da tutti i lavorapiatraforme fruibil da tutti il avoratori in maniera più immediate antori in maniera più immediate antore con una immediate vantore con una immediate vantoromazione digitale" si affiancherebbe al" conto formazione delle imprese", dowe disono fondi da spendere in ore formazione a scelta delrazienda, e al" conto di sistema", che
permette l'accesso ai fondi anche alle
imprese com miori disponibilità
Affinche la formazione digitalizzata diventi realtà, prosegue Scuotto, «bisogna adeguare la normativa,
fatta per una rendicontazione di attività formative legate all' atula e al cartacco, creando un sistema di rendicontazione anche per questa tipolocontazione anche per questa tipolo-

contazione anche per questa tipolo gia di attività».

Ma di quali contenuti formativi c'è bisogno? «A Connext abbiamo an-nunciato l'Active customized training - risponde Silvano Mottura, dg di Ebano, realtà riconosciuta in Italia nel



CUZZILLA



«Serve una maggiore pluralità di conoscenze. E le hard skill acquisite sono caratterizzate da un grado di obsolescenza



«Non c'è soltanto bisogno di formare profili professionali 4.0, ma bisogna pensare a percorsi formativi 4.0, digitalizzando tutto il processo di apprendimento»



customizzati ed altamente

attraverso la propria controllata Cef Publishing, che da 10 anni progetta e realizza corsi professionali nel settore consumer utilizzando la propria piattaforma di social learning -L'obiettivo èrispondere alle esigenze delle aziende, che richiedono nuovi delle aziende, che richiedono nuovi processi e produti formativi custo nizzati ed altamente innovativi, per lo sviluppo del proprio business. L'Active Customized Training amplia ed integra la piattaforma di e-lear-ning con l'utilizzo delle interactivete-chnologies che permettono di valo-rizzare e nutrire una cultura formati-va con interazioni "naturali" che ri-ducono i tempi di apprendimento e massimizzano l'impatto dei contenuti appressi, assegnando all'utente un ruolo attivo nel processo formativos. Non solo formazione, Guardando l'attra faccia della medaglia, per fare

Non solo formazione, Guardando l'altra faccia della medaglia, per fare ilsalto di qualità, è fondamentale an-che la figura del manager. «Più della metà dei manager e de-gli imprenditori intervistati nell'am-

bito dell'instant survey realizzata dall'Osservatorio di 4.Manager a Connext - evidenzia Stefano Cuzzil la, presidente di 4. Manager e Feder manager - ritiene che le imprese ab ogno di essere potenziate sul piano della managerialità. Il 69% sul piano della managerialità. 1169% del campione ritinen che il contributo specifico che i manager possono dare allo sviluppo delle imprese italiane è la spinta all'innovazione. Significa che viaggiamo insieme nella stessa direzione, tutti consapevoli che sarà proprio sulla partita dell'innovazione che si giocherà il futuro delle imprese i talianes.

ne che si glocherà il futuro delle imprese i italiane.
Per questo, nella piazza di Connett, Admanger ha dato voce ad alcune testimonianze di successo di imprese che sono diventate più competitive avvalendosi di un manager nei settori della finanza, dell'internazioni la manager del futuro deve fungere da connettore di persone e di processi, anticipare in modo creativo le tendenze del mercato, integrare trasversalmente tecnologia e competenze, attraverso la compinazione di harde sammente technogia e competenze, attraverso la combinazione di hard e soft skill. Gli imprenditori, invece, de-vono essere i promotori del cambia-mento perché le imprese che si avvalcogliere le opportunità offerte dai processi di digitalizzazione. «L'auspicio - chiosa Cuzzilla - è

che le testimonianze raccolte possa no diventare delle best practice replicabili in tutto il sistema»

circolare è ormai connatura stesso di fare business delle

33%

lungo tutto il loro ciclo di vita



Con il sostegno di:









In collaborazione con:















Con il supporto di:







