



COMMUNITY 4.0

Analisi, informazione, networking e modellizzazione formativa
a supporto della trasformazione digitale delle imprese liguri

dicembre 2018

Genesi e obiettivi del Progetto

Community 4.0 nasce come prima «attività di campo» del DIH Liguria nel 2018, in naturale continuazione del progetto di «action learning», anch'esso finanziato da Fondirigenti e dedicato alla strutturazione organizzativa del DIH stesso

Gli obiettivi del Progetto sono:

- **Un'indagine sui fabbisogni** specifici delle imprese liguri, sia della domanda che dell'offerta di tecnologie 4.0, e le funzionalità da svilupparsi per sostenerne la trasformazione digitale
- La definizione di un **modello di comunicazione digitale** in grado di avvalersi delle più moderne tecnologie, finalizzato ad agevolare il networking dell'ecosistema locale dell'innovazione
- La progettazione di **percorsi formativi** per la condivisione delle conoscenze e il miglioramento delle competenze tecniche e manageriali connesse alla trasformazione digitale delle imprese

Lo sviluppo operativo del Progetto

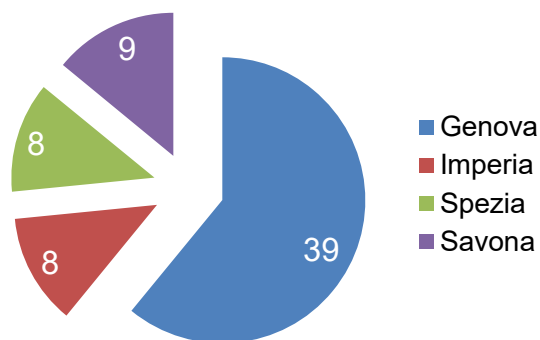
	luglio	agosto	settembre	ottobre	novembre	dicembre
Desk						
Indagine sui fabbisogni						
Workshop tematici						
Modello di comunicazione digitale						
Progettazione di percorsi formativi						
Diffusione dei risultati						

I workshop tematici

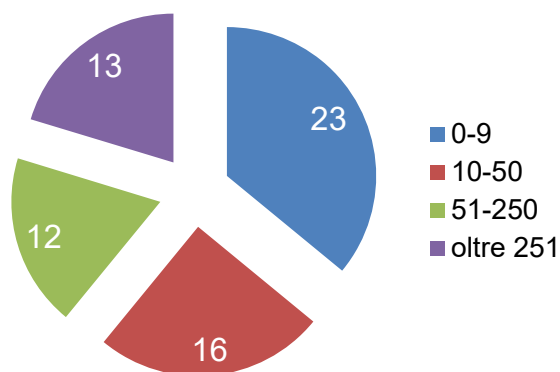
- 1) **Organizzazione aziendale e sviluppo delle competenze nell'era digitale**
- 2) **Tecnologie trasformative e opportunità per lo shipping e il maritime cluster**
- 3) **Cybersecurity: conoscere per prevenire**
- 4) **Impresa 4.0 nelle attività di saldatura**
- 5) **La digitalizzazione nell'impresa nel settore della sicurezza per la protezione e la conservazione dei dati e della proprietà intellettuale contro i cyber attacchi**
- 6) **Nautica da diporto e trasformazione digitale**
- 7) **Il progetto di polo tecnologico a Imperia per la trasformazione digitale del territorio**
- 8) **La gestione innovativa del magazzino della filiera logistica e dei trasporti**
- 9) **Introduzione in azienda dei robot collaborativi**
- 10) **Digital Assessment e filiera di fornitura**

1) L'indagine sui fabbisogni: il panel delle imprese (1)

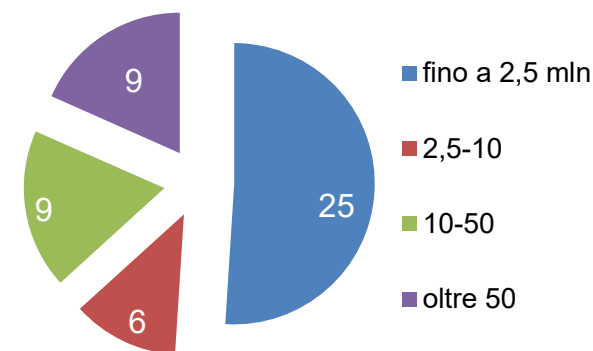
Le imprese che hanno partecipato all'indagine sono state **64**, così suddivise



per appartenenza territoriale

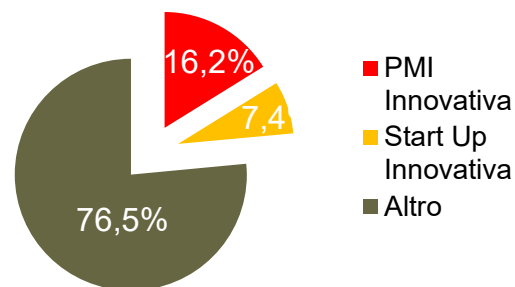


per classe di addetti



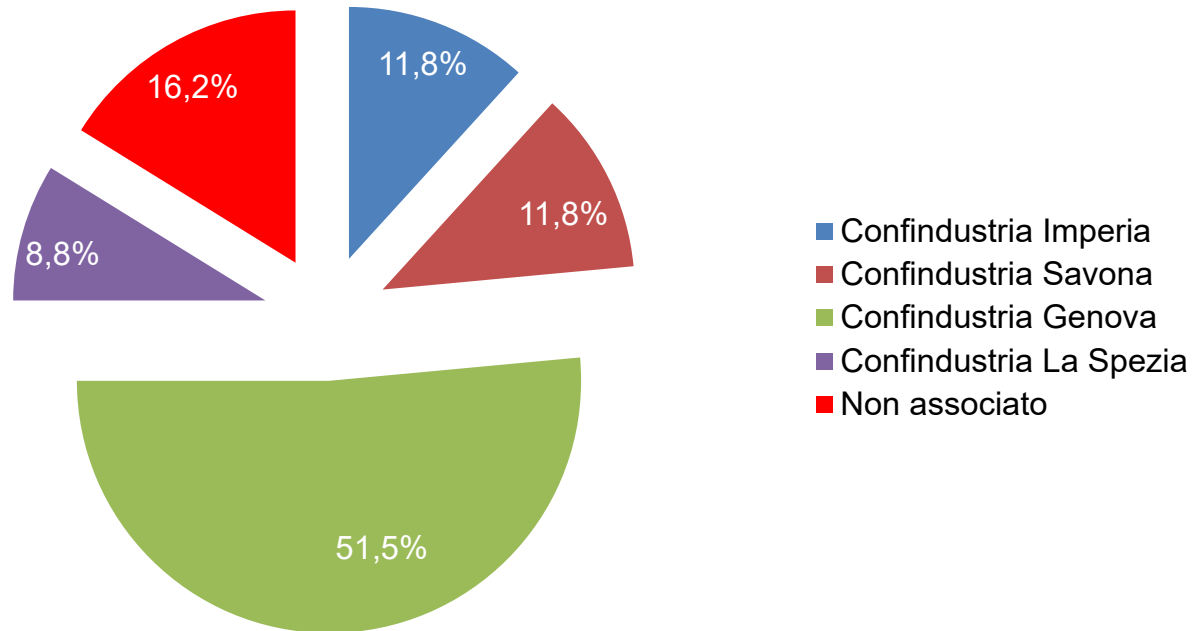
per classe di fatturato *

*per aziende rispondenti



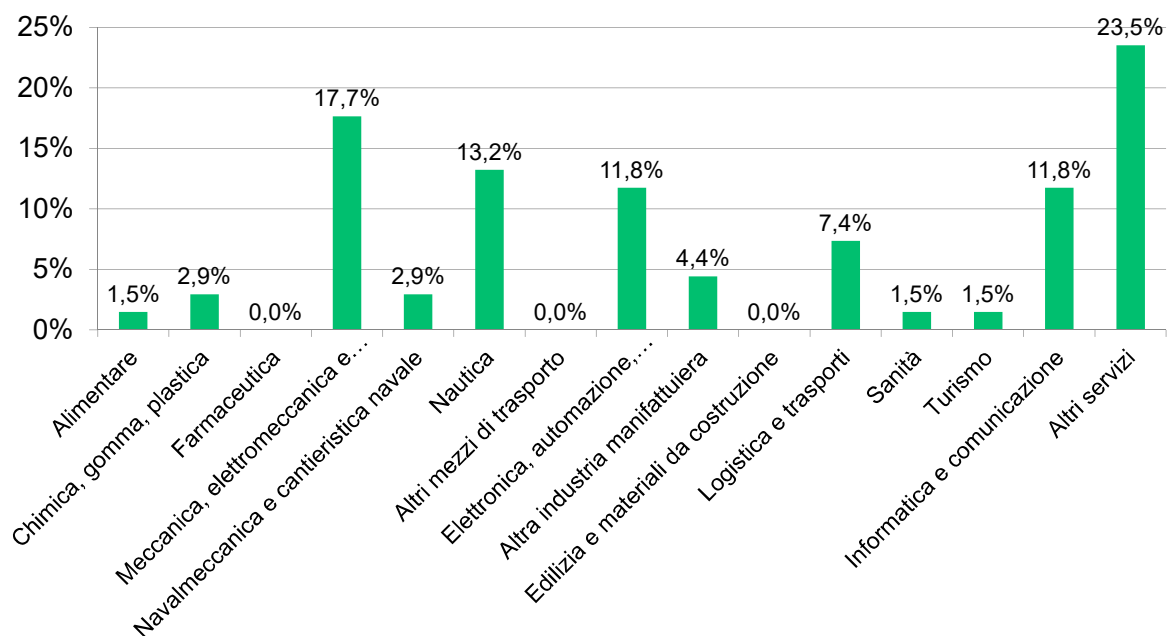
1) L'indagine sui fabbisogni: il panel delle imprese (2)

Per adesione associativa



1) L'indagine sui fabbisogni: il panel delle imprese (3)

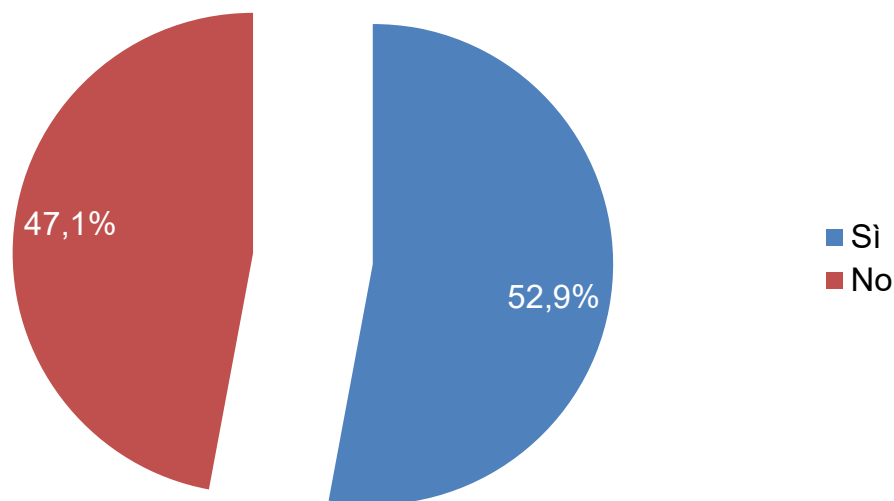
Per settore di attività



Alimentare	1
Chimica, gomma, plastica	2
Farmaceutica	0
Meccanica, elettromeccanica e impiantistica	12
Navalmeccanica e cantieristica navale	2
Nautica	9
Altri mezzi di trasporto	0
Elettronica, automazione, telecomunicazioni	8
Altra industria manifatturiera	3
Edilizia e materiali da costruzione	0
Logistica e trasporti	5
Sanità	1
Turismo	1
Informatica e comunicazione	8
Altri servizi	16

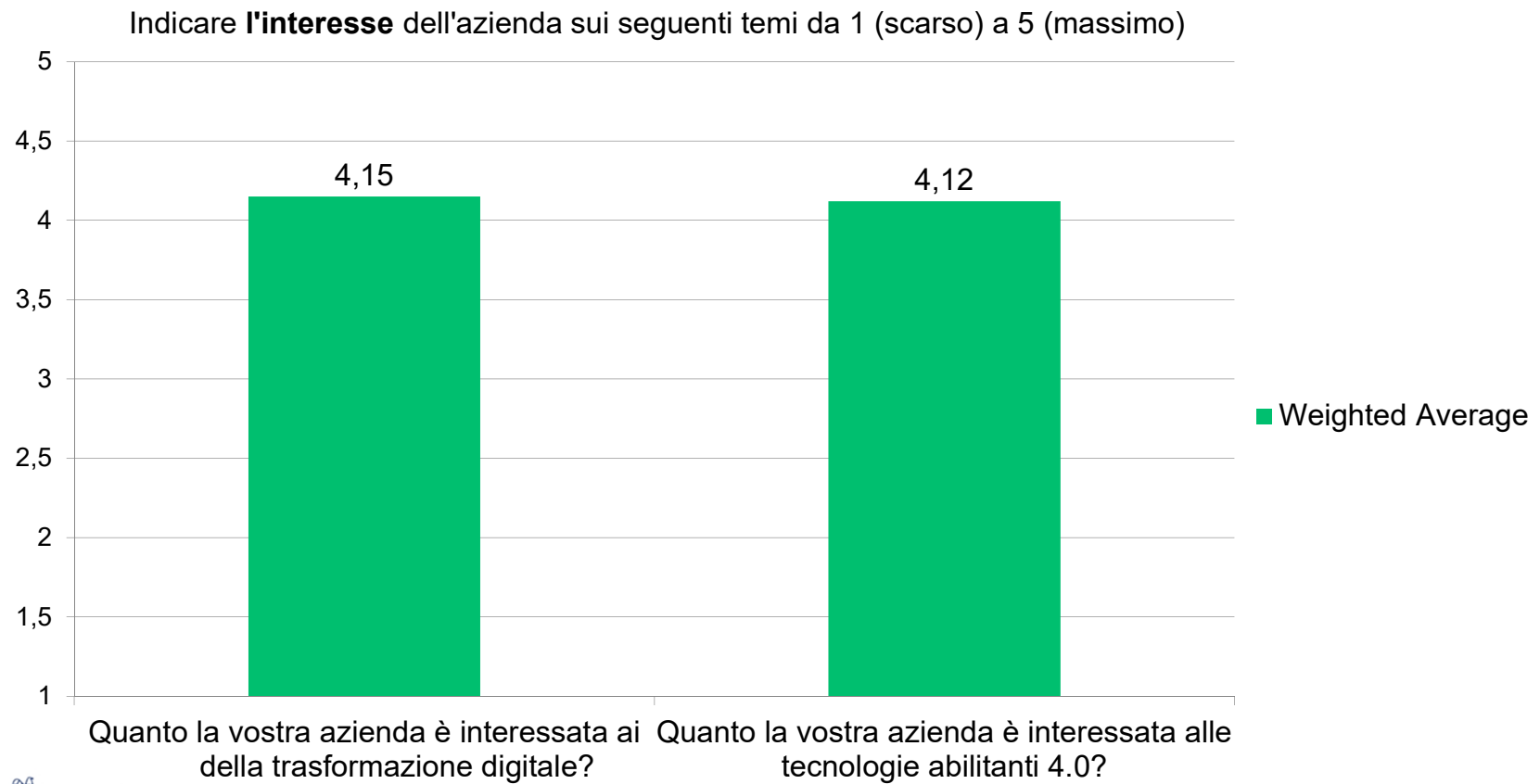
1) L'indagine sui fabbisogni: il panel delle imprese (4)

Per appartenenza al settore dell'offerta di tecnologie 4.0



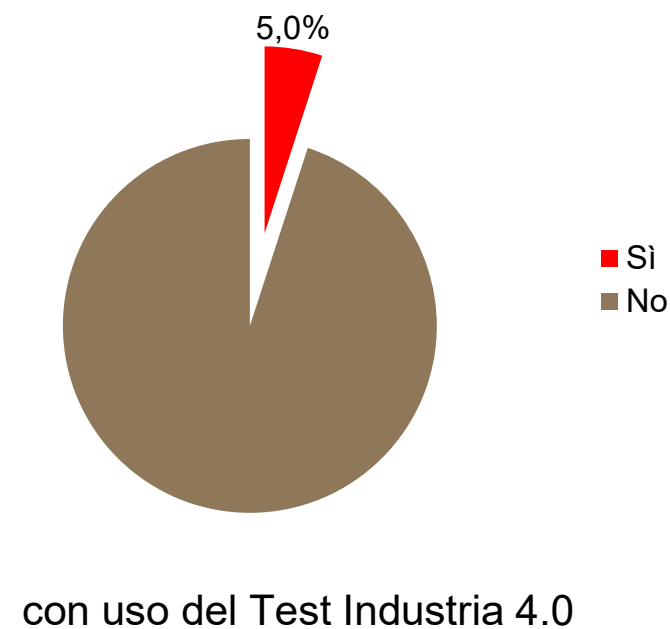
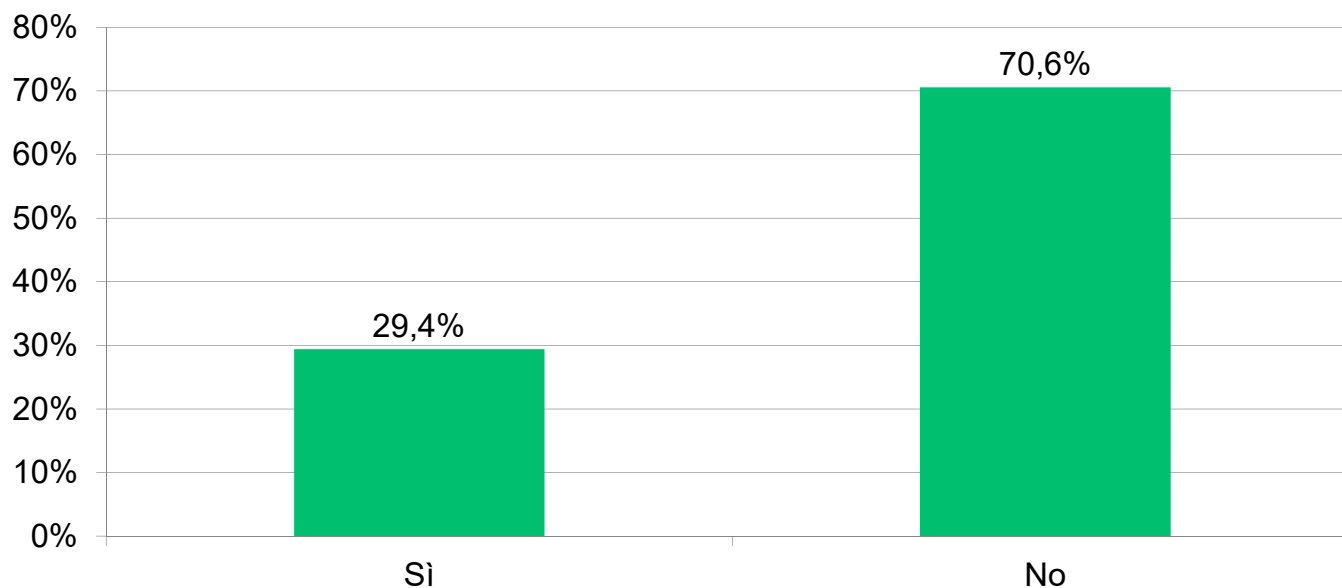
Simulazione di prodotto/processo	25,0%
Sistemi avanzati di produzione	19,4%
Manifattura additiva	8,3%
Realtà aumentata	5,6%
IOT	33,3%
Cloud	19,4%
Cybersecurity	13,9%
Big Data e analytics	27,8%
Smart solutions	38,9%
Web marketing	8,3%
Consulenza strategica	22,2%
Formazione	13,9%
Qualità	5,6%
Certificazione	5,6%

1) L'indagine sui fabbisogni: posizionamento rispetto ai temi della trasformazione digitale



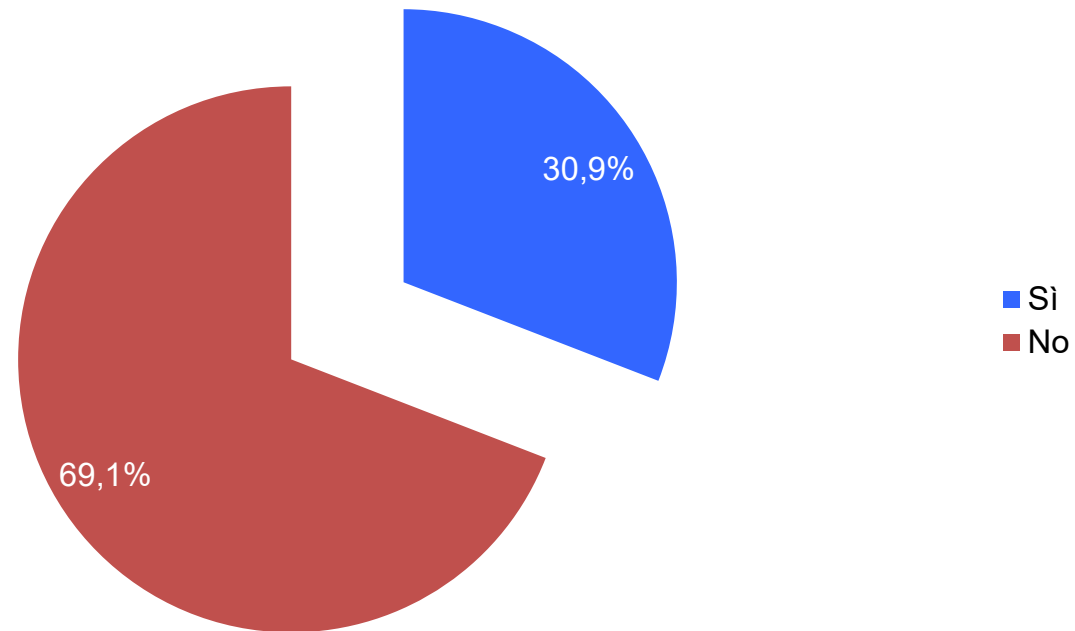
1) L'indagine sui fabbisogni: l'assessment

La vostra azienda ha già svolto un assessment sul proprio stato di maturità digitale?



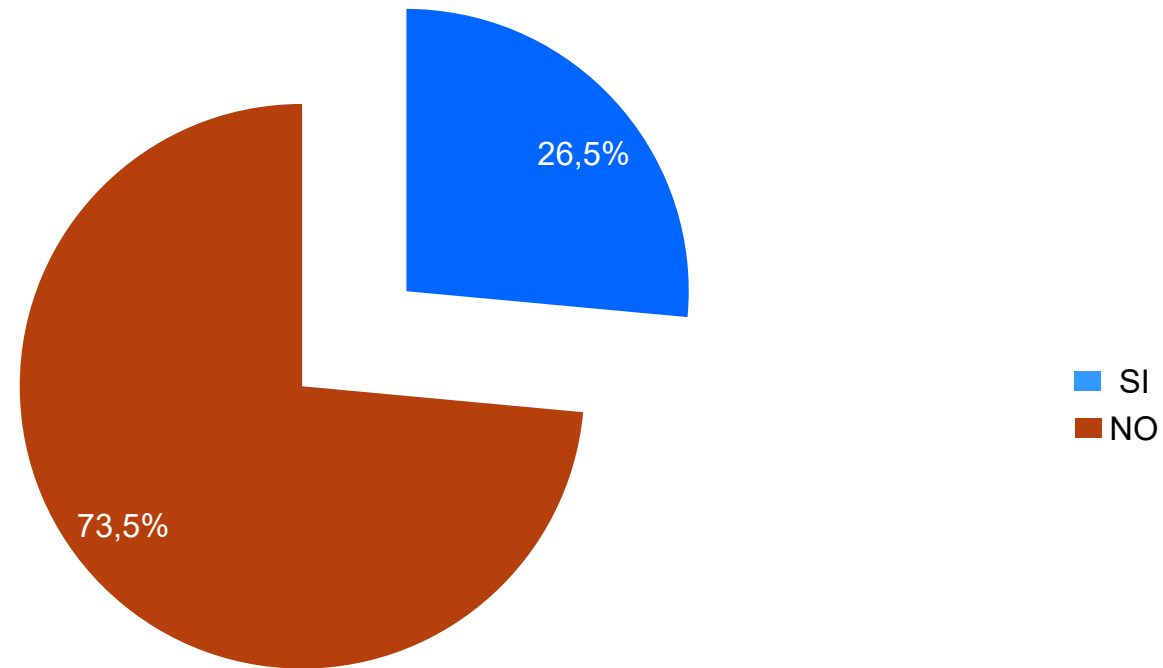
1) L'indagine sui fabbisogni: la trasformazione digitale come strategia dell'impresa

La vostra azienda ha sviluppato **un piano del proprio processo** di trasformazione digitale?



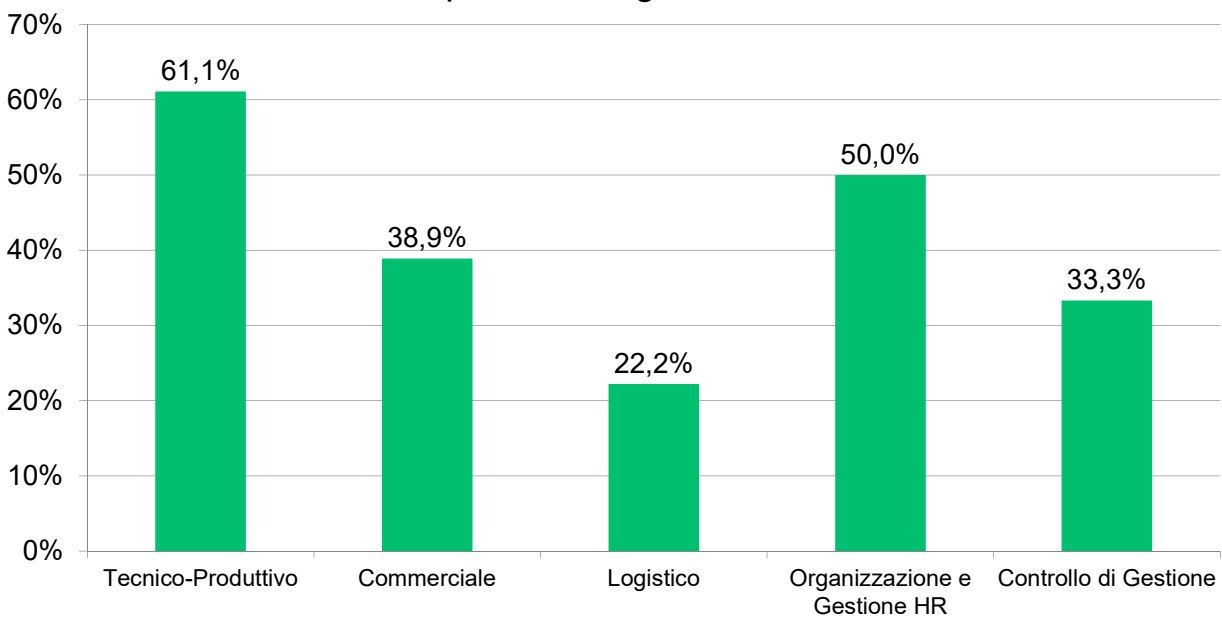
1) L'indagine sui fabbisogni: piani per la formazione digitale (1)

La vostra azienda ha un **piano per la formazione** in materia di digitalizzazione e innovazione tecnologica?

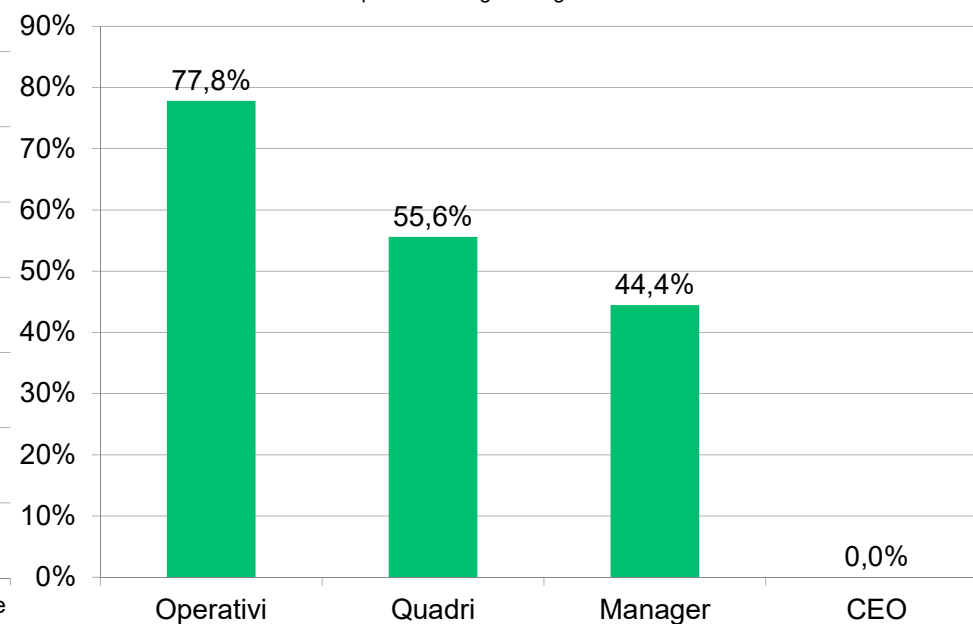


1) L'indagine sui fabbisogni: piani per la formazione digitale (2)

Per quali tra i seguenti ambiti?



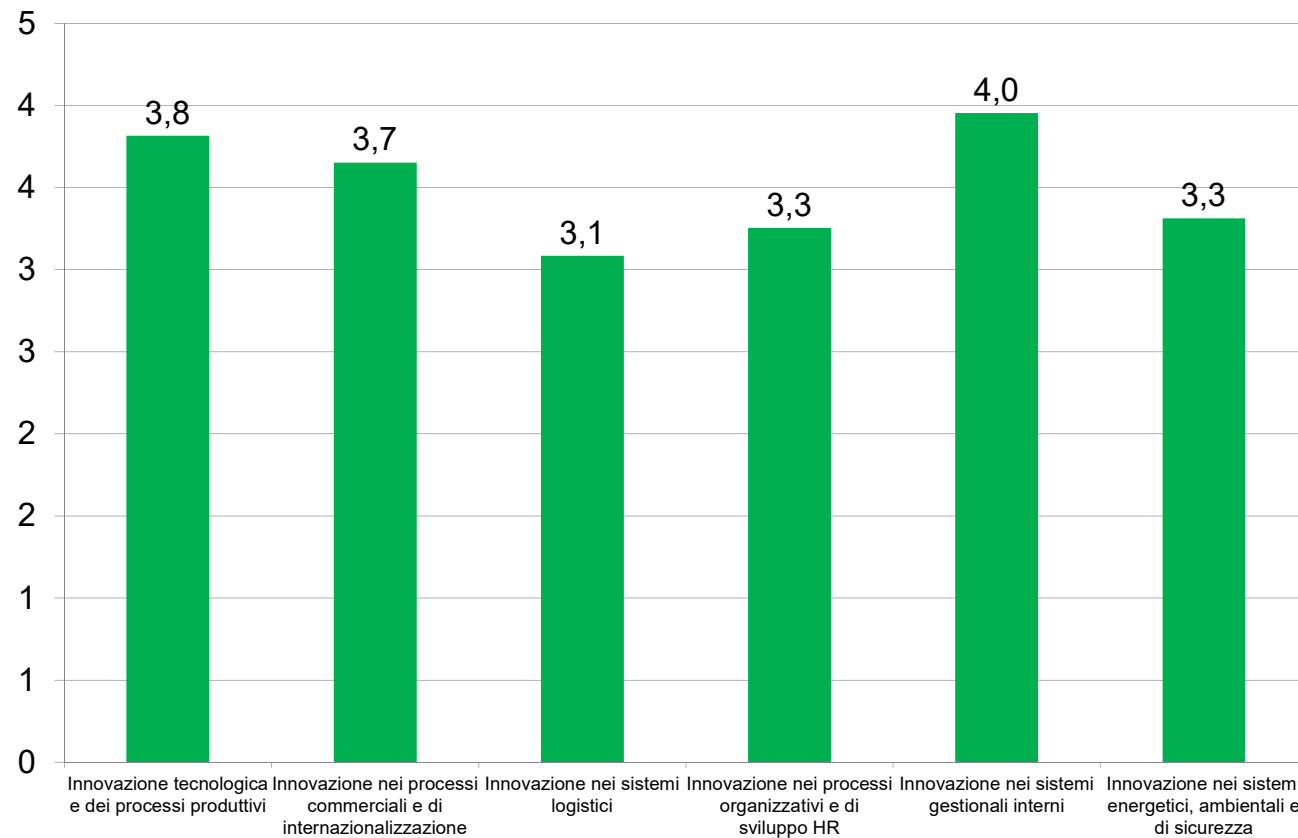
Per quali tra le seguenti figure aziendali?



1) L'indagine sui fabbisogni: ranking di importanza nei processi aziendali

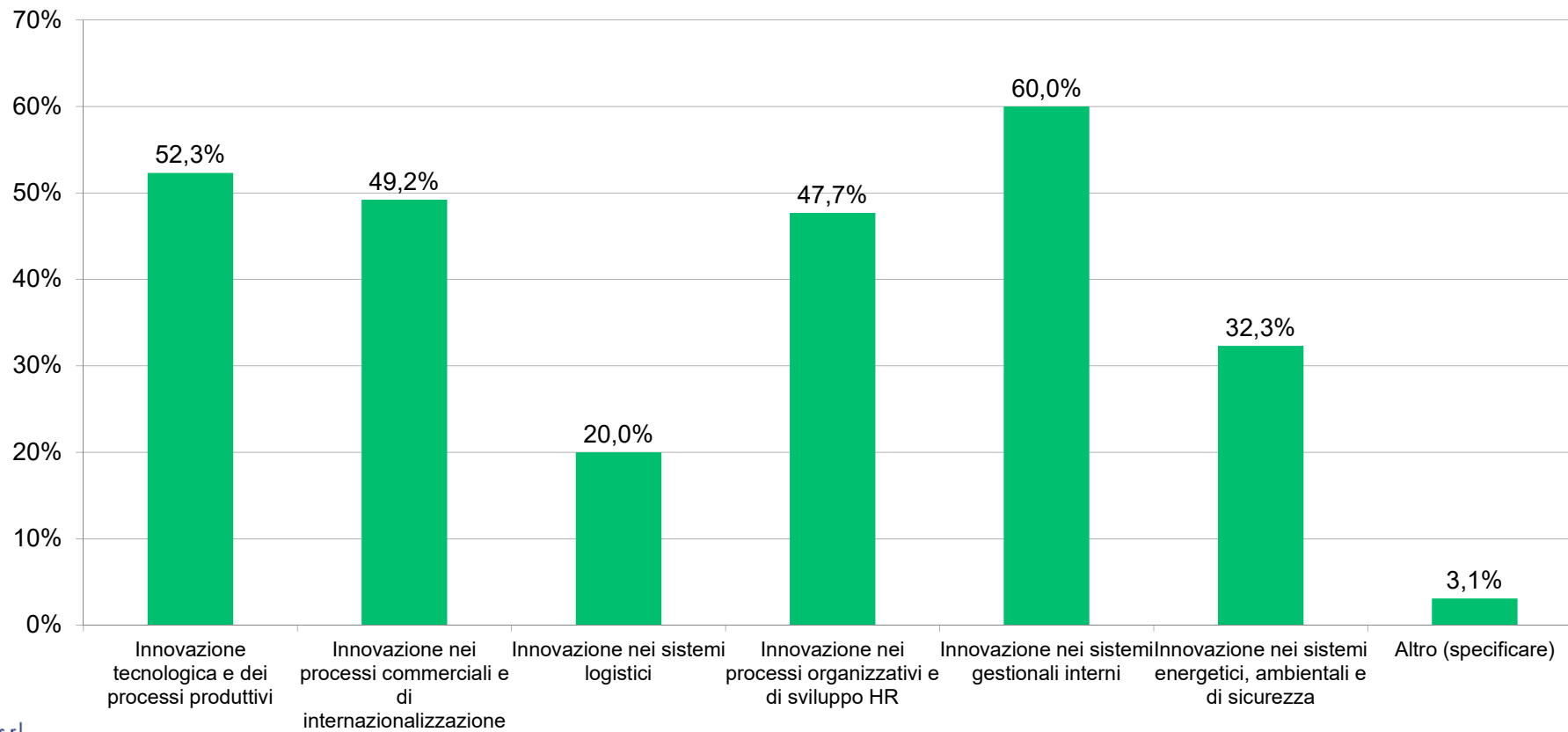
Grado di **importanza strategica** (da 1 a 5)

■ Media ponderata



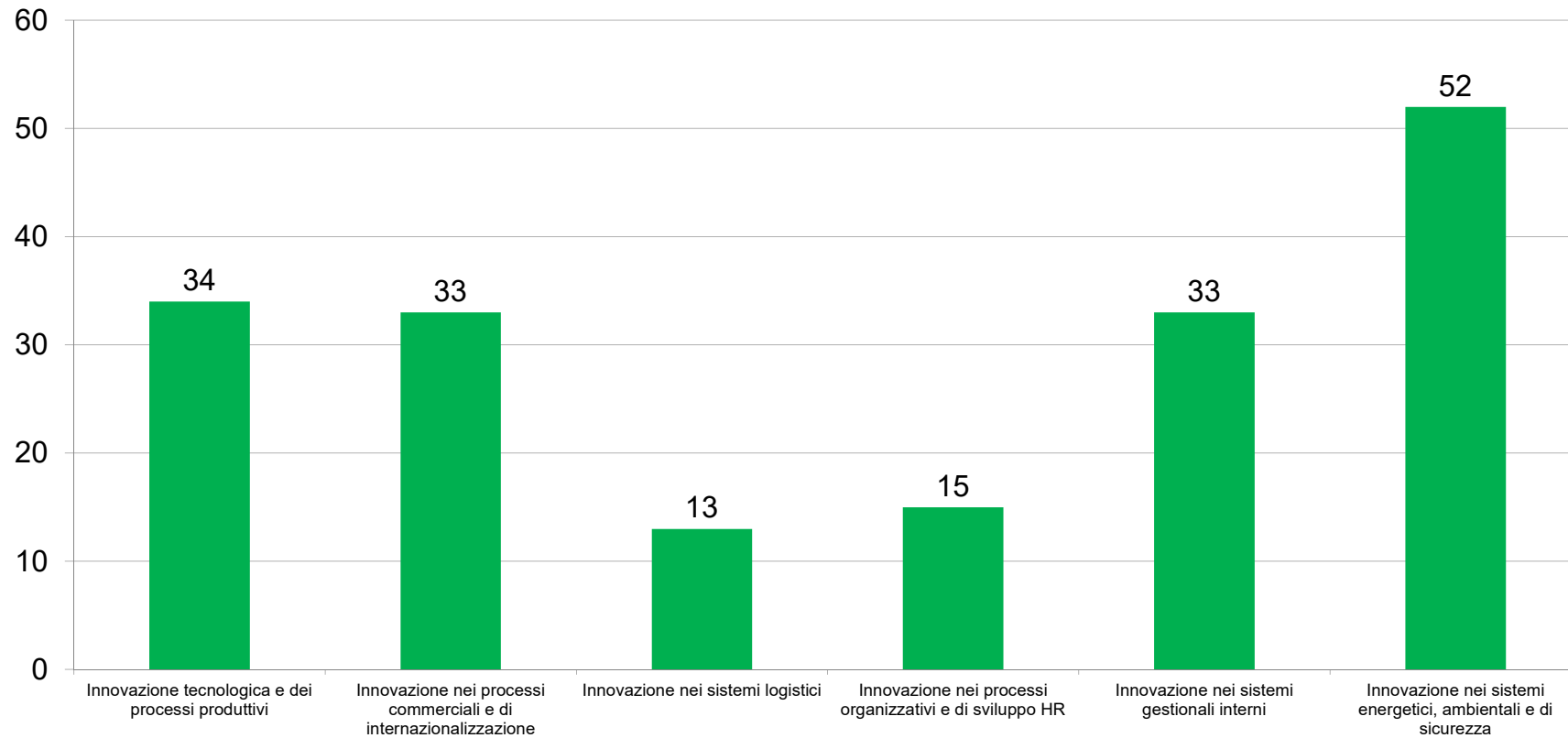
1) L'indagine sui fabbisogni: ambiti prioritari di sviluppo delle competenze

Indicare in quali di questi ambiti l'azienda necessita di dover sviluppare/migliorare le competenze dei propri dipendenti

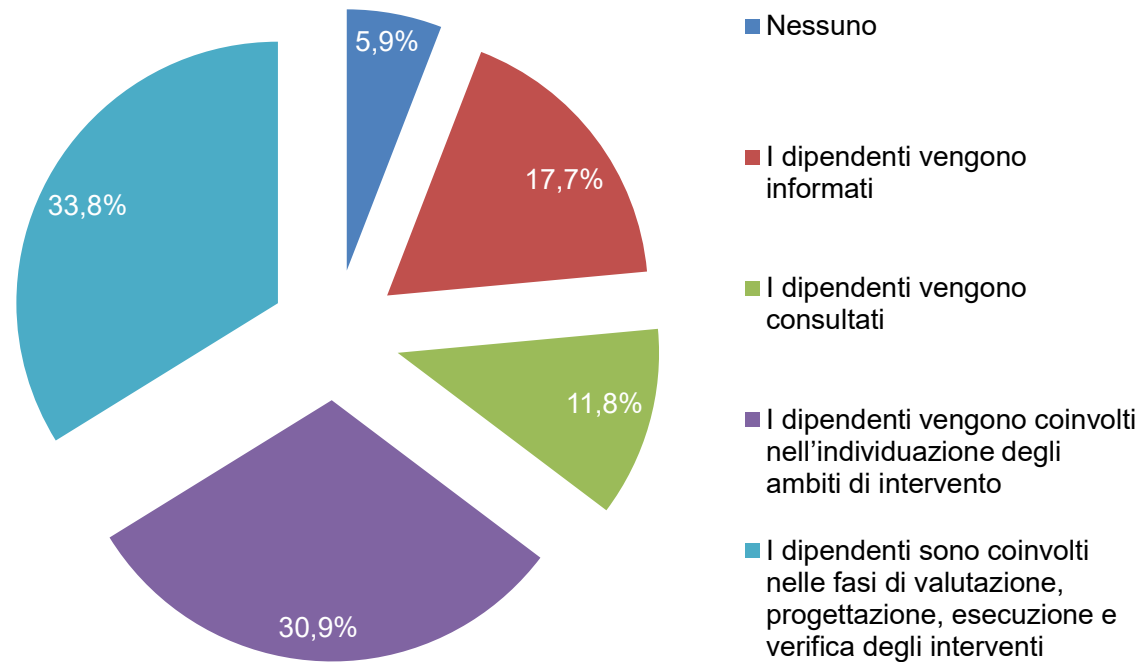


1) L'indagine sui fabbisogni: previsioni di inserimenti di risorse umane qualificate

Indicare il numero di giovani diplomati o laureati che si è interessati a inserire in azienda per ambito

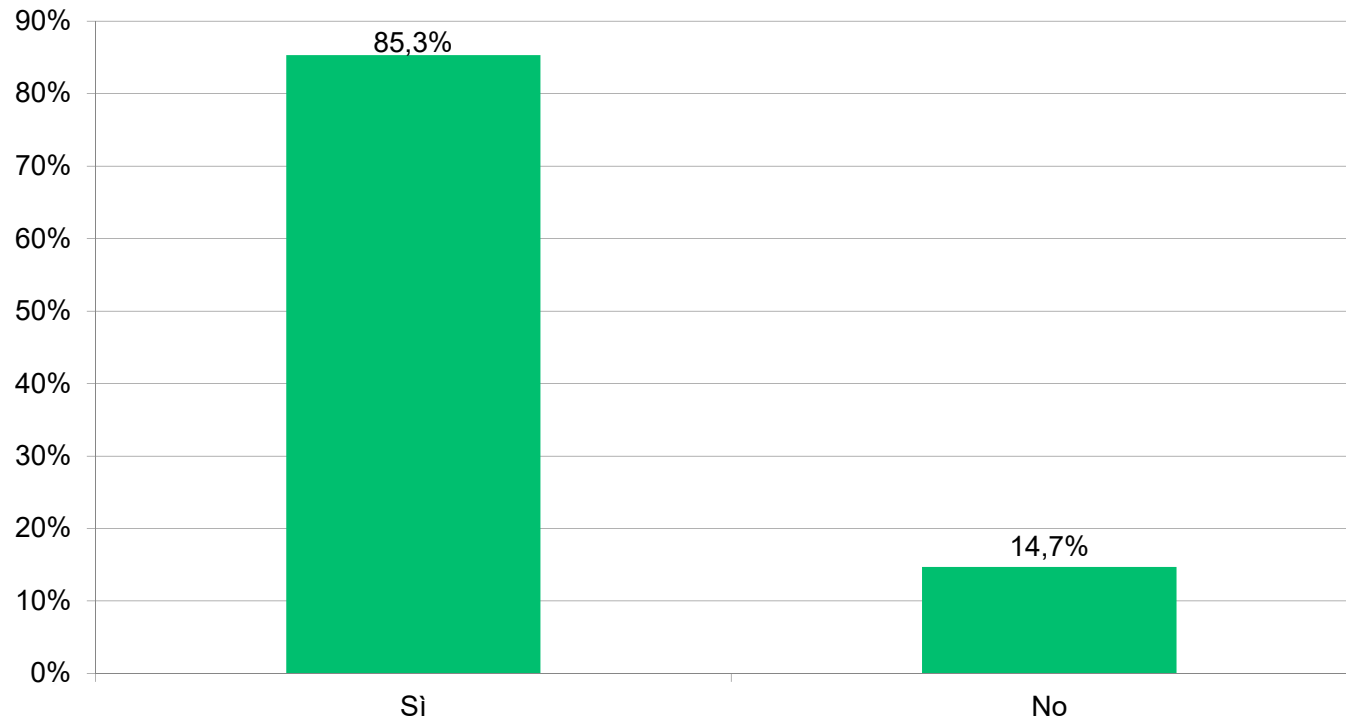


1) L'indagine sui fabbisogni: coinvolgimento dei dipendenti nei processi di innovazione tecnologica



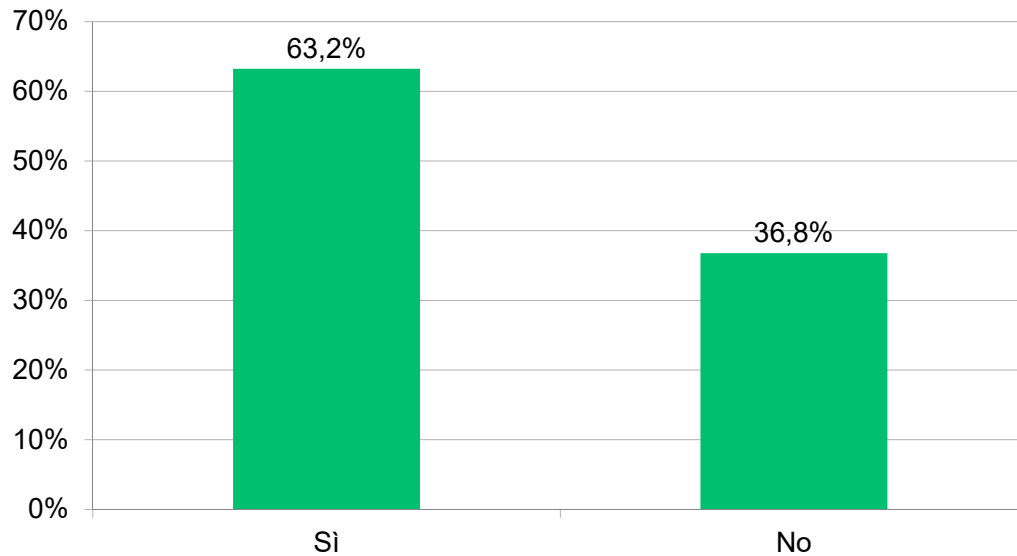
1) L'indagine sui fabbisogni: interesse alla formazione

Siete interessati a conoscere percorsi formativi attivabili sul territorio ligure?

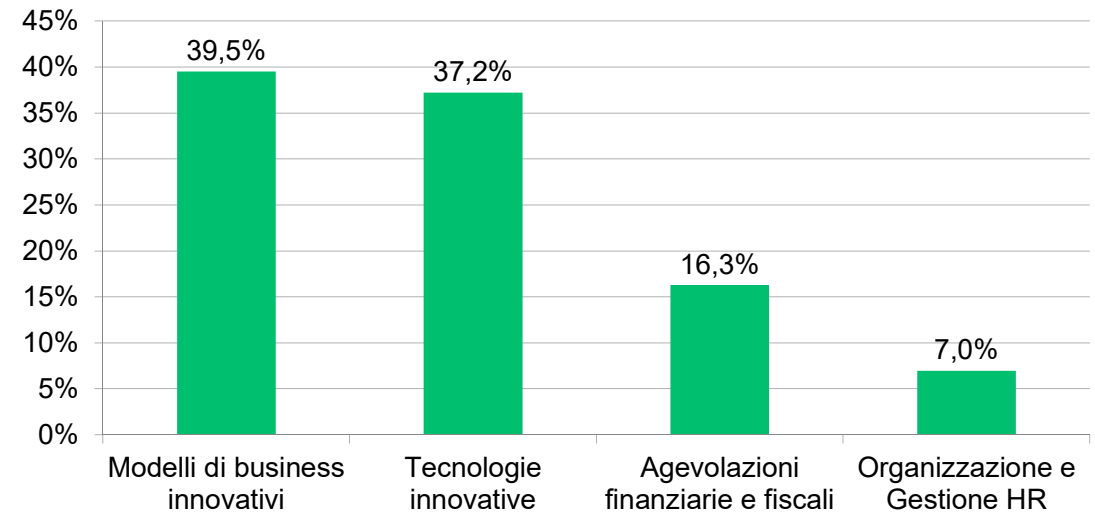


1) L'indagine sui fabbisogni: interesse alla formazione per gli imprenditori

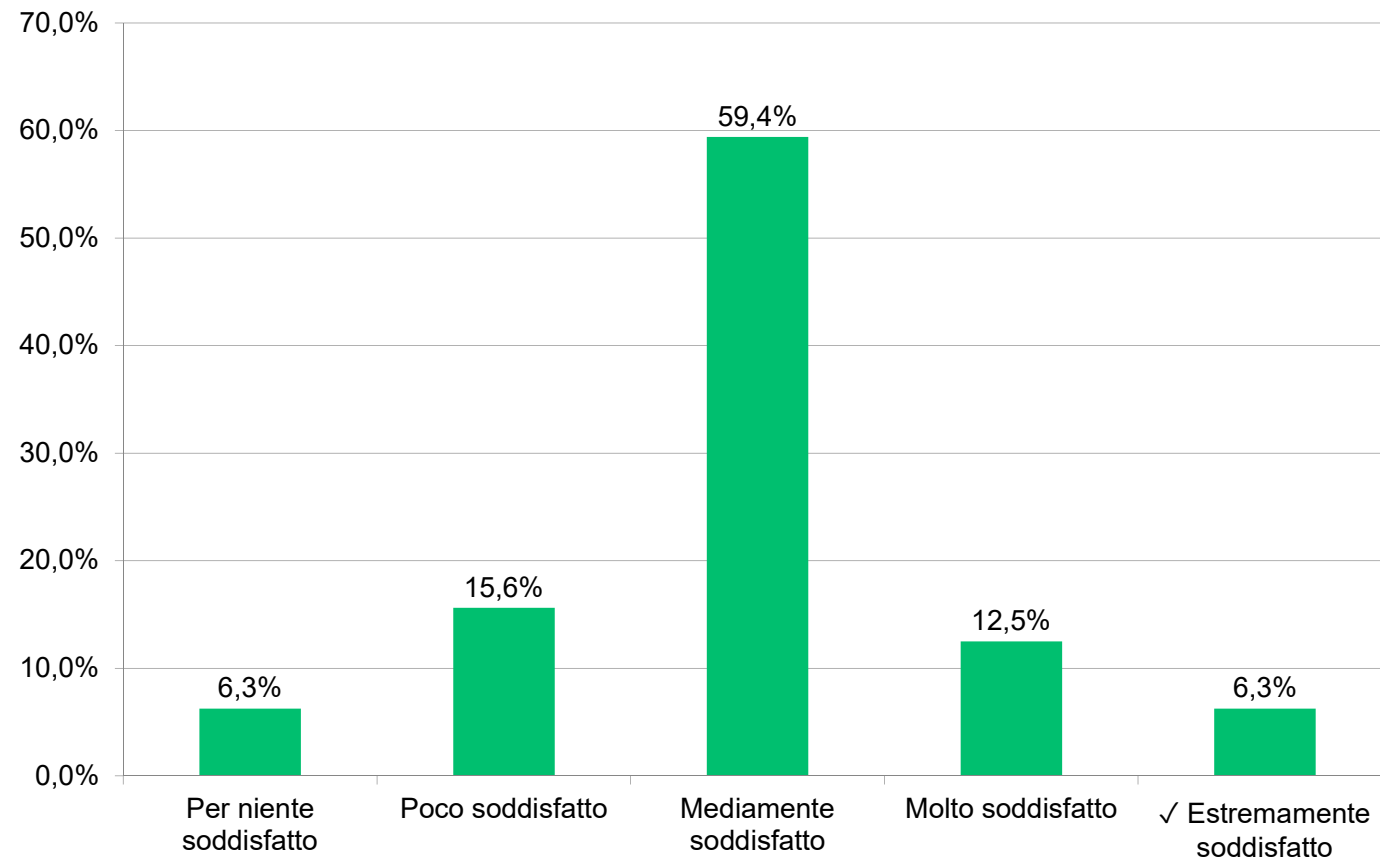
Siete interessati a percorsi formativi specificatamente dedicati agli imprenditori?



Con quale focus prioritario sui seguenti temi?



1) L'indagine sui fabbisogni: grado di soddisfazione sulle esperienze formative



1) L'indagine sui fabbisogni: sintesi per un'azione efficace domani

1. **Molto interesse** sui temi della trasformazione digitale più che sulle tecnologie
2. **Più interesse che azioni** (il 30% ha fatto assessment e ha un piano). Sulla formazione ancor meno (solo il 26% ha un piano strutturato per la formazione digitale)
3. L'idea è che sia coinvolta l'azienda, il suo **modello di business** e la sua gestione organizzativa; non è una questione tecnica per tecnici
4. Tuttavia la **formazione** che si fa è ancora e prevalentemente tecnica, centrata sulle figure impegnate negli aspetti operativi e in produzione (meno in commerciale e controllo di gestione). Questa formazione è mediamente soddisfacente, ma i piani di assunzione per i giovani diplomati o laureati sono interessanti.
5. **Le aziende dell' «offerta» di tecnologia** (in Liguria percentualmente molto significative) hanno esigenze più particolari e specialistiche
6. C'è una potente e latente richiesta di formazione sui **CEO aziendali**, centrata sui modelli di business e sulla leva tecnologica per innovarli

2) Il modello di comunicazione digitale: principali caratteristiche

Modello di comunicazione digitale basato su tecnologie innovative, per agevolare il networking dell'ecosistema Industria 4.0

- Portale web
- Visori per realtà virtuale
- Totem interattivi

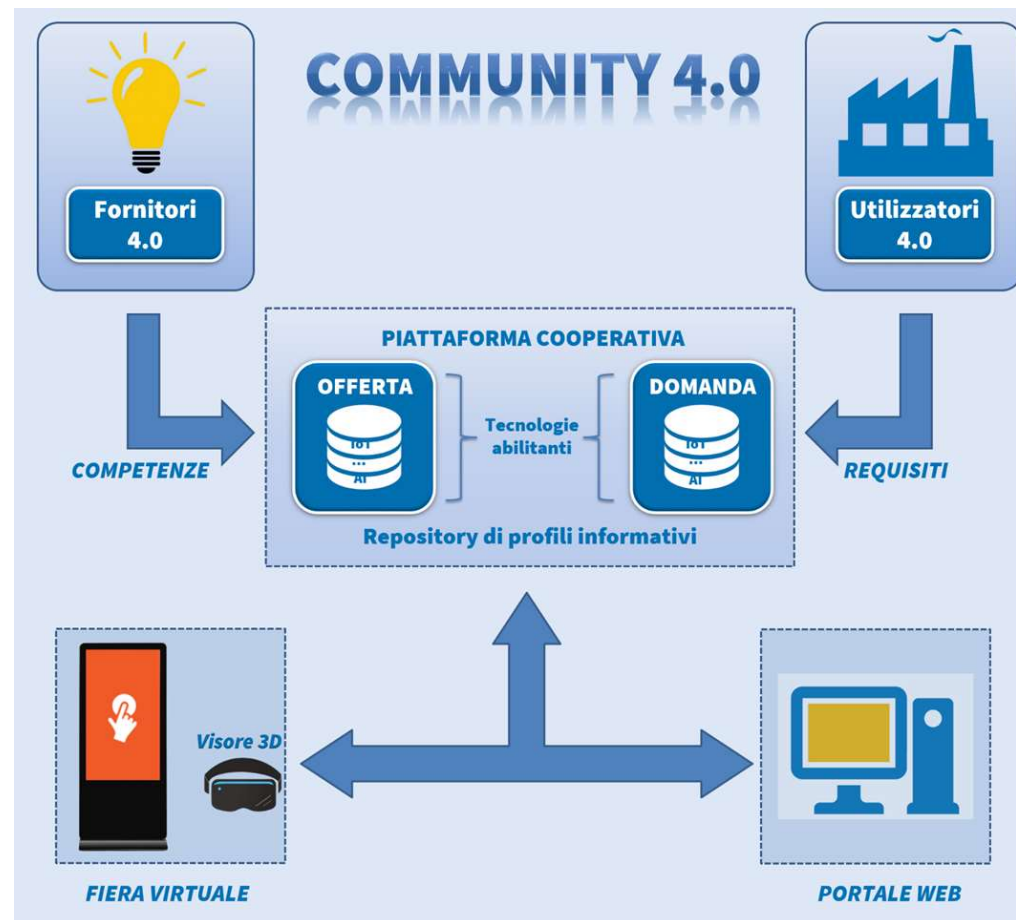


2) Il modello di comunicazione digitale: le tecnologie ad oggetto

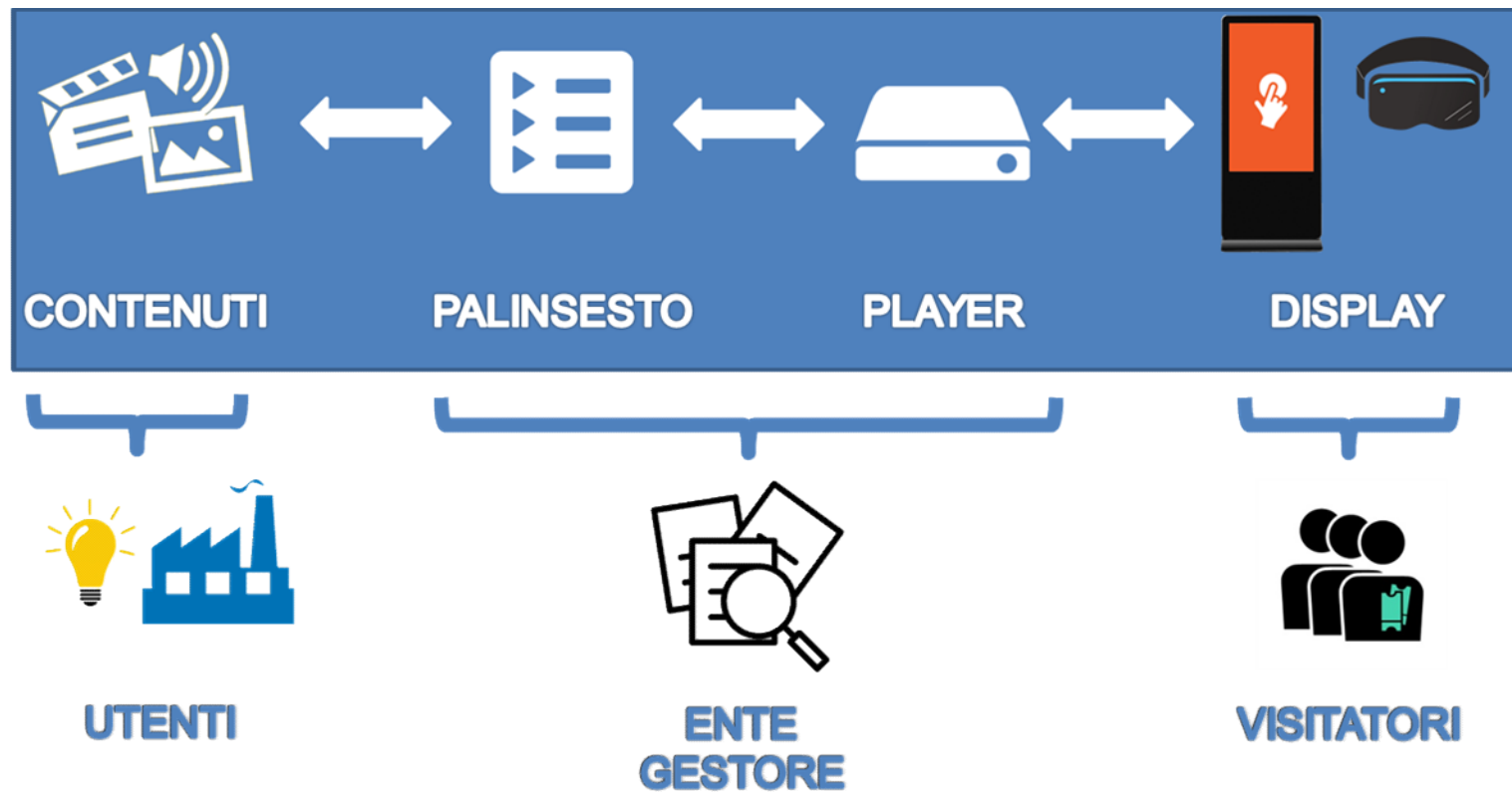
Le tecnologie abitanti per l'industria 4.0 (fonte MISE)



2) Il modello di comunicazione digitale: l'architettura funzionale



2) Il modello di comunicazione digitale: il flusso della fiera digitale



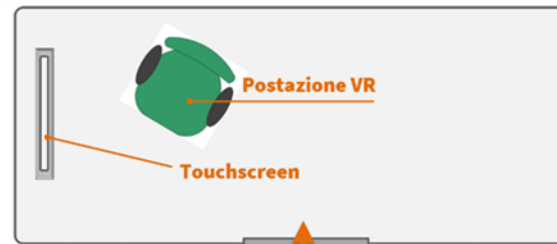
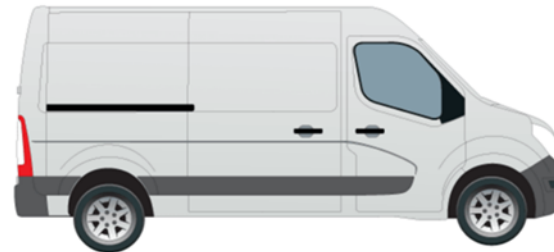
2) Il modello di comunicazione digitale: dal portale alla fiera mobile



Esempio di portale web

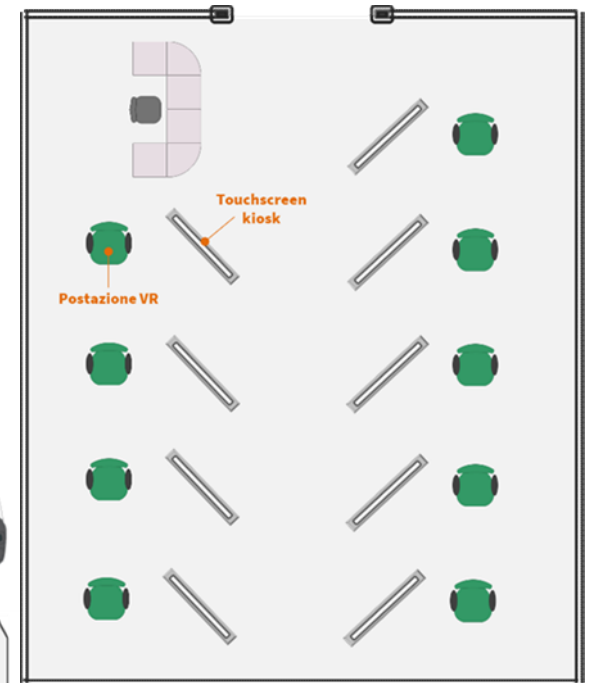


Fiera digitale **virtuale**



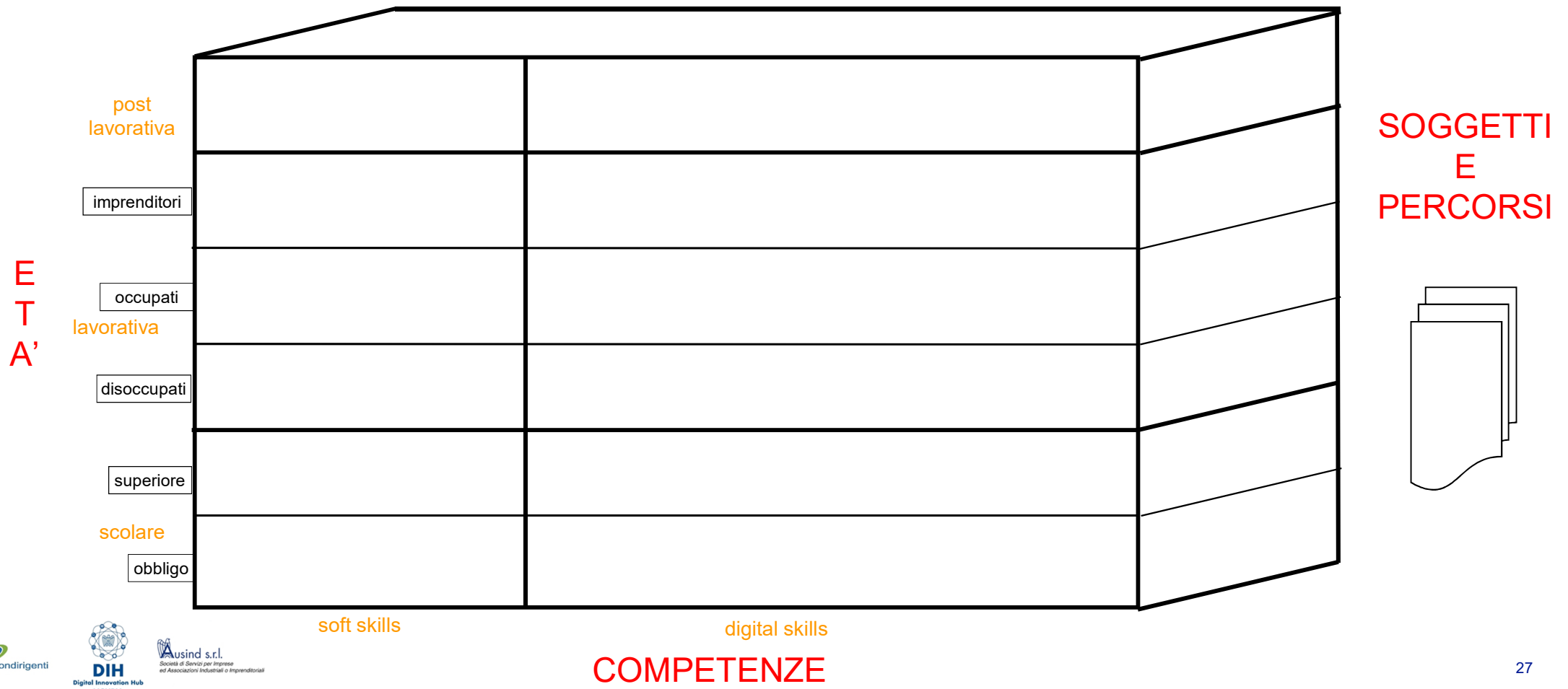
Ingresso

Fiera digitale **mobile**



Fiera digitale **ibrida**

3) I percorsi formativi: un modello di lettura e gestione



3) I percorsi formativi: i soggetti e i percorsi privilegiati in Liguria

GLI ENTI DI FORMAZIONE

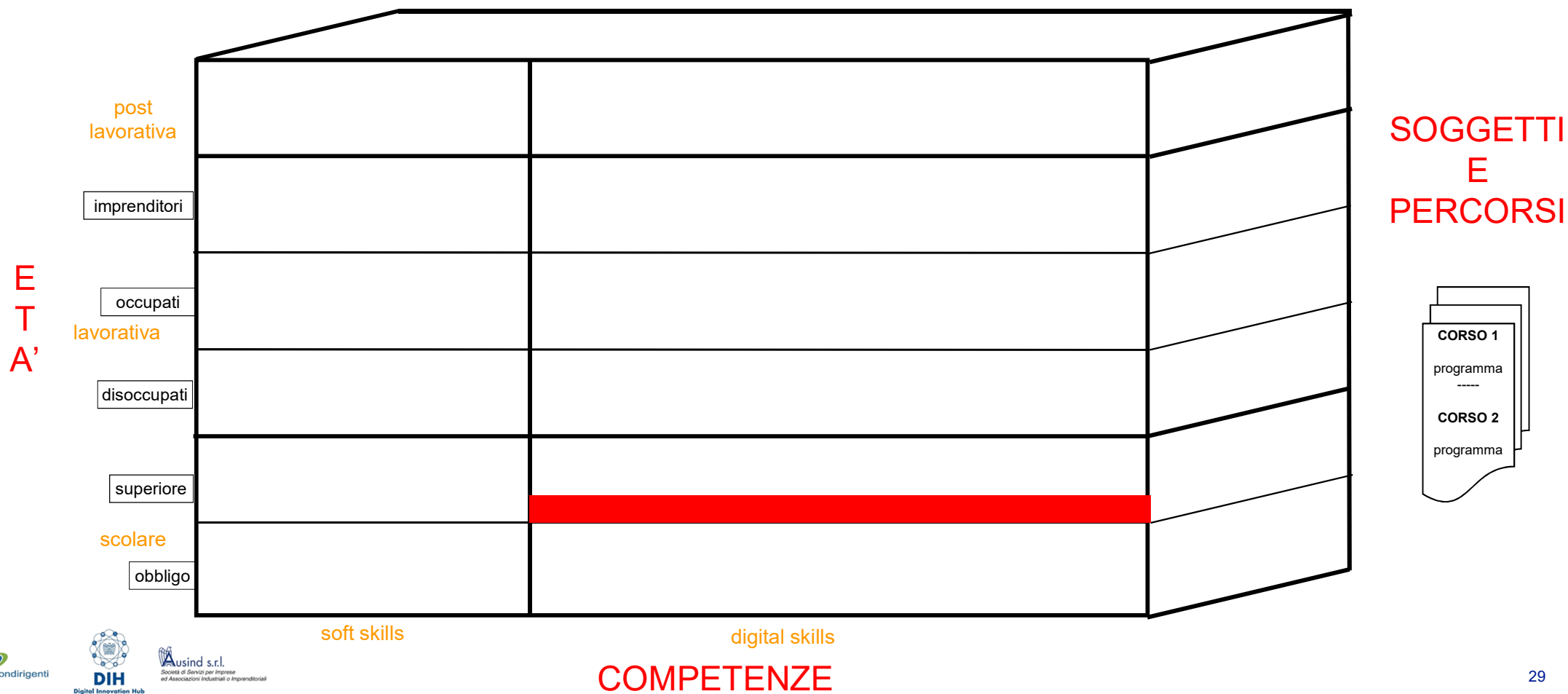
- ITS
- Università
- Centroservizi
- Ausind
- Cisita
- Federmanager
- Villaggio del Ragazzo
- CIF
- ...
- (Start 4.0)

LE ACCADEMY AZIENDALI

- Liguria Digitale
- Digital Tree
- Sedapta
- Tim
- Opes Risorse
-



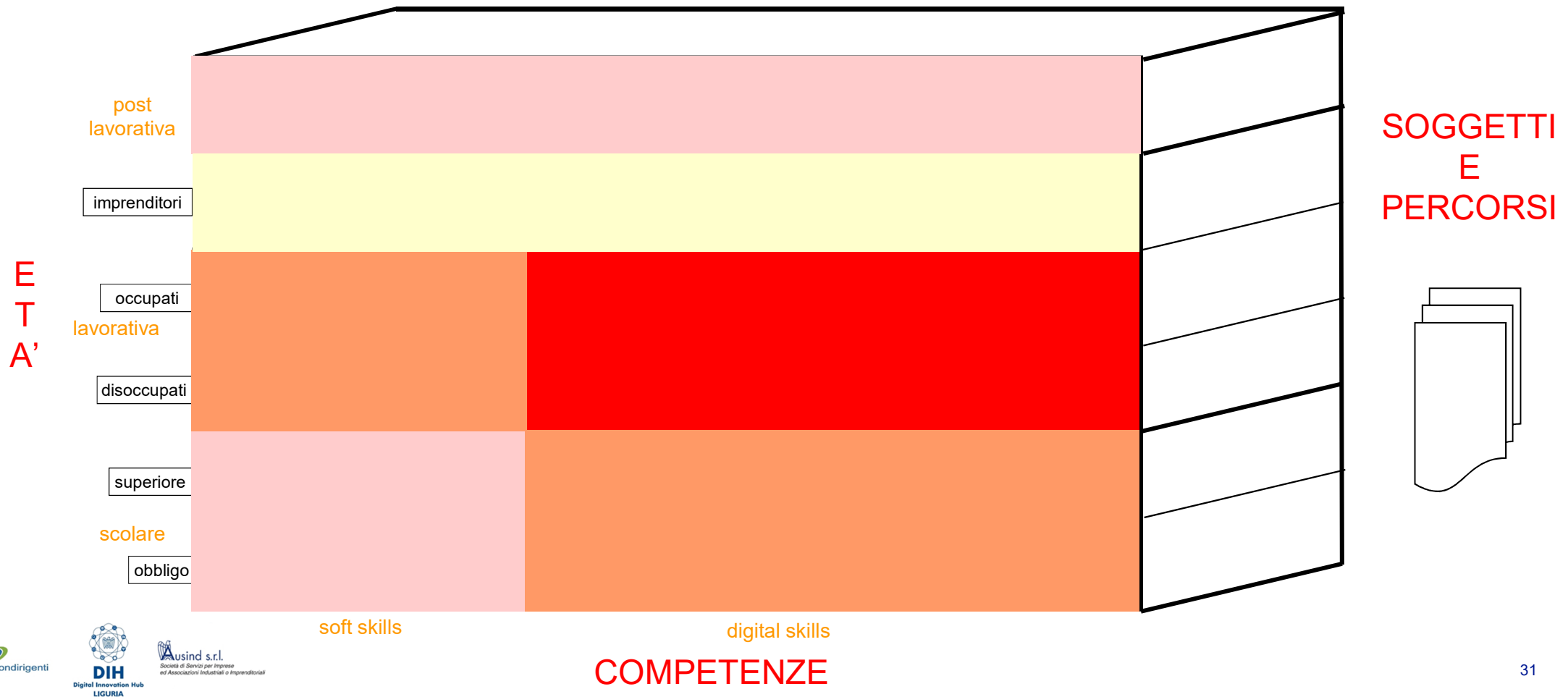
3) I percorsi formativi– ITS ICT



3) I percorsi formativi – Federmanager



3) I percorsi formativi: lo stato dell'arte?



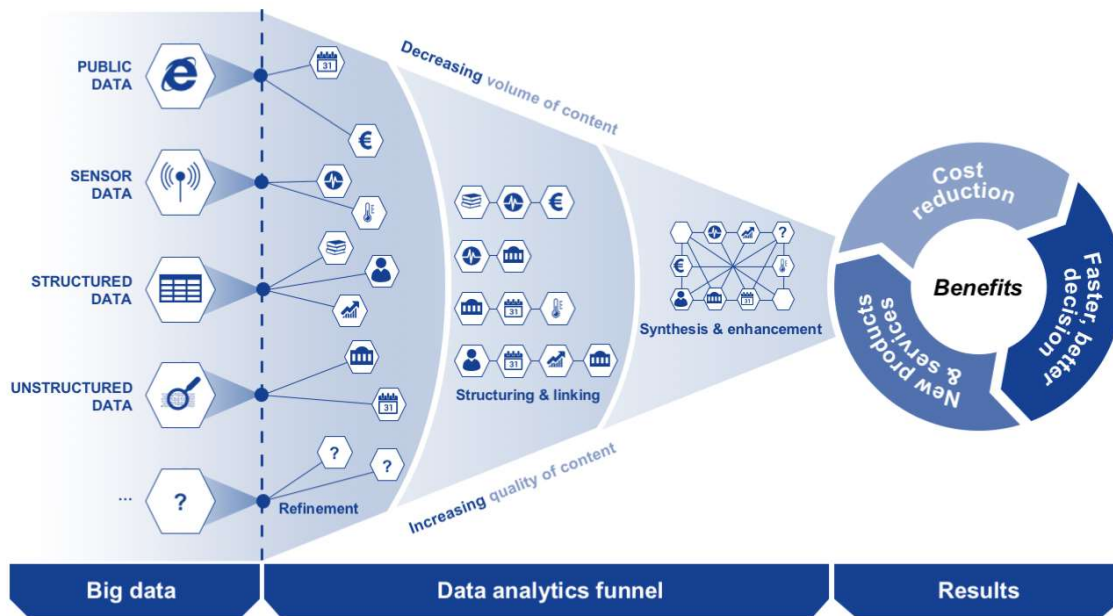
3) I percorsi formativi: la progettazione di nuovi percorsi formativi (1)

UNA NUOVA DIDATTICA: Experience Factory



3) I percorsi formativi: la progettazione di nuovi percorsi formativi (2)

FOCUS IMPRENDITORI



- La gestione dei dati per la creazione di valore
- L'uso delle tecnologie per raccogliere, estrarre e conservare i dati
- L'impatto sul business
- Design Thinking e Project Work

