



DOCUMENTO DI SINTESI AZIONE 5 FABBRICA PADOVA NETWORK

**Prosecuzione e sviluppo dell'attività di sportello
così come prevista dal precedente progetto "Reti Mecc"**

La procedura e la metodologia di ricerca

L'azione 5 del progetto Fabbrica Padova, con il nome di "Fabbrica Padova Network", rappresenta la continuazione e lo sviluppo dell'attività di sportello così come era stata prevista nel precedente progetto finanziato "Reti Mecc".

L'obiettivo del progetto "Reti Mecc", realizzato nel 2010, era l'individuazione delle possibili sinergie tra le imprese e avevano intenzione di creare una rete di collaborazione, sia interna sia esterna al proprio settore, per innovare la propria linea sul piano del prodotto e della strategia aziendale in senso lato.

Il dato principale che aveva caratterizzato la ricerca del 2010 era stata la sfiducia delle aziende nel mettere in comune competenze e informazioni per accedere in modo più efficace alle risorse messe a disposizione dalle istituzioni del territorio, e per creare una rete in grado di competere con strumenti innovativi.

Rinnovo delle partnership

Per lo svolgimento di questa azione è stato richiesto, e ottenuto, il rinnovo della partnership esistente nel 2010 sia al "Parco Scientifico e Tecnologico Galileo", sia a "Veneto Più s.r.l."

Attività di coinvolgimento delle aziende

L'azione 5, come così da progetto, ha prodotto un calendario di incontri con ventuno aziende interessate invece a sviluppare network di diverso tipo. Il focus di questa ricerca, infatti, ha fatto emergere la chiara volontà di costruire reti competitive, dotate di strumenti in grado di penetrare il mercato al di là del semplice risultato di fatturato. Le aziende coinvolte hanno la necessità di competere su basi innovative, con schemi che sappiano tracciare nuove strade e, quindi, nuovi tipi di business. Sempre in continuità con i risultati dell'indagine "Reti Mecc", l'azione 5 di Fabbrica Padova ha portato alla luce un gruppo di aziende interessate a questo tipo di attività.

Ecco quali sono le caratteristiche delle esigenze nate dalla quinta azione di Fabbrica Padova:

- **Formazione:** per molte delle aziende contattate viaggia di pari passo con l'innovazione. Nella maggior parte dei casi si tratta di innovazione legata al prodotto, per la quale non sempre esistono corsi di formazione adatti a soddisfare le esigenze aziendali. Da qui nasce l'esigenza del network: ad esempio, a fronte di un bisogno come quello di cambiare un macchinario, è importante guardare anche al di fuori del proprio ambito di produzione, per ricavare spunti utili di riflessione e decisione. Ecco che la formazione permette di realizzare il puzzle aziendale, componibile solo grazie all'atteggiamento di apertura e condivisione dei saperi.

- **Innovazione:** non significa solo cambiare i macchinari per la produzione. Per molte delle aziende coinvolte, infatti, innovare significa anche possedere delle figure manageriali, oltre ai dipendenti, che sappiano agire in situazioni in cui le soluzioni ai problemi vanno cercate con punti di vista differenti. Dal design, al vetro, alla meccanica, i settori coinvolti cercano di formare professionisti in grado di sviluppare strategie non solo nuove ma integrate. Con "integrazione" si intende la capacità di saper unire la positività di un settore a un altro, riuscendo da una parte a risolvere e dall'altra a creare qualcosa di nuovo che esula dalla dimensione del prodotto.

- **Mercato:** quelle che erano state definite aziende "illuminate e lungimiranti" cercano respiro al di fuori del mercato italiano e per raggiungere questo obiettivo hanno indicato come necessaria la condizione di confronto con i colleghi.

Anche in questo caso, il raffronto supera il confine del settore di intervento per andare verso un sistema di risposte integrato. L'idea di proporre al mercato un network sembra fornire alle aziende coinvolte dall'azione 5 di Fabbrica Padova un'immagine positiva da trasmettere al mercato estero. La mission di molte di esse cerca appunto di rispecchiare la qualità ricercata del made in Italy: l'idea, quindi, non si limita al lancio di un prodotto ma cerca una sorta di "esperienza italiana", che rende più forte il network imprenditoriale all'interno e migliora l'immagine verso il mercato estero. Le aziende italiane sanno dare il meglio nei settori più diversi, ma allo stesso tempo sanno fare fronte comune in vista di obiettivi più alti. Valutando poi l'impatto di questi potenziali network intermini di ricavi, bisogna sicuramente tenere conto anche dell'ottimizzazione dei costi e della dispersione di energia aziendale (sia intermini di addetti che di materiale e tempo), una volta individuato l'obiettivo da raggiungere.

Considerazioni finali

Primo tra gli obiettivi raggiunti è l'aver individuato un possibile insieme di aziende in grado di creare un vero network, fatto di condivisione delle competenze e di ricerca della competizione innovativa.

I settori di provenienza delle aziende sono diversi e, pur cercando prevalentemente contatti con imprese operanti nello stesso ambito, è possibile far vedere una generale tendenza di apertura che punta all'integrazione delle competenze.

Possiamo quindi affermare che l'attività di sportello iniziata con il progetto "Reti Mecc" conferma che costruire un network tra aziende è possibile, solo se esiste un atteggiamento propositivo degli imprenditori alla guida di queste imprese.