



INDAGINE FABBISOGNI FORMATIVI ICT NELLA PROVINCIA DI PISA

Il sistema economico della provincia di Pisa è caratterizzato da una varietà di specializzazioni produttive (nautica, pelli, cuoio e calzature, legno e mobile, meccanica, chimico-farmaceutico), dal turismo nelle sue diverse declinazioni, dall'agri-food, da micro produzioni artigianali, da una pluralità di servizi, da imprese high-tech e storicamente connotato dall'informatica e dal digitale, vocazione confermata, in tempi più recenti, dalla nascita a Pisa del primo dominio della rete italiana e dall'ospitalità da oltre un decennio della kermesse del web Internet Festival, oltre che dalla presenza sul territorio di riconosciute eccellenze tecnico-scientifiche su filiere tecnologiche d'avanguardia e dal network dei Poli Tecnologici ed Incubatori.

Nonostante le eccellenze presenti sul territorio, la provincia di Pisa è caratterizzata da aree con uno sviluppo socio-economico a diverse velocità: l'area costiera metropolitana, inserita in una dimensione più ampia di area vasta costiera, l'area della valle dell'Arno, ricca di attività produttive, e l'area collinare, che presenta rilevanti caratteri di marginalità, in relazione ai principali indicatori di sviluppo.

La città di Pisa, oltre ad essere il punto focale di riferimento dei Comuni che costituiscono l'area pisana, rappresenta il pivot dell'area metropolitana costiera che, insieme a quella centrale, forma il cuore urbano della regione, in cui si concentrano maggiormente l'offerta dei servizi avanzati, lo sviluppo di nuove tecnologie, le start up tecnologiche e le migliori e maggiori opportunità di lavoro.

Conoscere e saper adottare gli strumenti, con cui operare nel mondo digitale, è divenuto oramai di fondamentale importanza, poiché permette di migliorare la qualità e le prestazioni della PA e delle imprese, di preparare i cittadini-lavoratori ad un utilizzo efficace del digitale come strumento di lavoro e di interazione sociale e di servizio, e di coinvolgere i cittadini in condizioni di disagio/fragilità, affinché diventi anche per loro un'opportunità di inserimento.

In un contesto mondiale in rapida evoluzione, caratterizzato in particolare dalla digitalizzazione della società e dell'economia ed il passaggio alla green economy, rappresentano una sfida per tutti, cittadini,

lavoratori, imprese, pubblica amministrazione, poiché stanno trasformando il nostro modo di vivere, lavorare e interagire.

L'economia collaborativa inoltre sta cambiando i modelli di produzione, aprendo nuove opportunità e nuove prospettive occupazionali, richiedendo competenze diverse e ponendo nuove sfide finalizzate al miglioramento del livello delle competenze.

L'aumento dell'uso di tecnologie digitali sta incrementando la domanda di nuove competenze digitali, in cui gli argomenti centrali riguardano la comunicazione ed il lavoro collaborativo, il reperimento e l'interpretazione di dati e informazioni, la produzione di contenuti, la protezione della propria privacy e la risoluzione dei problemi.

La forza lavoro si sta evolvendo inoltre con migliaia di operatori molto esperti che si apprestano ad andare in pensione, lasciando spazio alle nuove generazioni. Il contesto geopolitico internazionale è sempre più incerto. Le regole di mercato stanno cambiando, incidendo negativamente sulla profittabilità in alcuni segmenti e aprendo grandi opportunità su altri.

In tale quadro, la Digital Transformation abilita l'utilizzo di soluzioni tecnologiche agili e flessibili, alcune nuove, altre esistenti da tempo, ma ora disponibili a costi ridotti, che le aziende possono implementare per vincere queste sfide. La digitalizzazione del lavoro in questi anni rappresenterà sempre più un fattore chiave per proteggersi dai rischi e rispondere in tempi rapidi alle mutevoli esigenze del mercato. Nel pieno della Transizione Digitale, acquisire alcune competenze-chiave permette di partecipare attivamente al cambiamento e ottenere vantaggi nella vita privata, sociale ed in ambito lavorativo.

L'utilità delle competenze digitali richieste dal variare del contesto socio-economico non è valutabile a priori, ma dipende da variabili legate alle specificità settoriali e dal livello di digitalizzazione dei processi produttivi di ciascuna filiera, dall'ambiente competitivo, dal posizionamento nella catena del valore e altro ancora e dalla specificità dell'utente da formare (età, condizioni personale, percorso di studi/lavorativo).

I punti di forza e debolezza del territorio pisano hanno fatto maturare la consapevolezza di continuare ad investire progettualmente, attraverso ampi partenariati locali, al fine di strutturare percorsi formativi per il digitale, più idoneo per la sua trasversalità d'impiego alla possibile riduzione dei divari socio-economici e delle condizioni di fragilità e marginalità lavorative, tutt'oggi presenti nel territorio provinciale, in modo da rispondere in maniera integrata al bisogno diffuso di formazione ed investimento sulle competenze digitali.

In relazione a questo aspetto c'è stata una richiesta costante e unanime, al fine di accelerare ed accompagnare il processo di Digital Transition su tutto il territorio provinciale, come evidenziato anche dal tavolo di concertazione locale sulla formazione e dai fabbisogni emersi, a più livelli e in diversi sistemi d'impresa, al fine di fornire risposte immediate a quanto emerso anche nell'Analisi dei dati delle

imprese della provincia di Pisa, svolta dalla Camera di Commercio di Pisa, su dati 2021 del Sistema informativo Excelsior:

“...i segnali di ripresa ci sono, tuttavia, accompagnati da un aumento delle difficoltà delle imprese nel reperire i profili professionali ricercati, che interessano oltre un terzo delle entrate previste e che possono essere attribuite sia al crescente livello di competenze trasversali richiesto ai candidati e alla domanda di nuove competenze che la pandemia ha fatto emergere in particolare in ambito digitale e green. Driver principali delle trasformazioni in atto sono le competenze digitali, vista l’alta percentuale di imprese che hanno investito in trasformazione digitale nel 2021, e la transizione verso un’economia green, che sono anche i due grandi temi entro cui si muoveranno gli investimenti previsti nel Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza”.

Nel dettaglio, in provincia di Pisa 4 imprese su 10 che hanno investito in trasformazione digitale hanno puntato sulle modifiche dei modelli di business, con l’adozione di strumenti di digital marketing (il 39% delle aziende, vale a dire +13 punti percentuali rispetto al 2016-2020, o, sotto l’aspetto prettamente tecnologico, sugli strumenti software per l’acquisizione e la gestione di dati, 45%, +10% rispetto al 2016-2020); sull’acquisizione di reti ad alta velocità (44% +14% rispetto al 2016-2020); sulla robotica avanzata (33% +12% rispetto al quinquennio precedente). Quote molto elevate, ed in forte crescita rispetto al recente passato, anche per l’adozione di strumenti di lavoro agile (41%, +14 punti) e per il potenziamento dell’area amministrativa/gestionale e giuridico/normativa, a seguito della trasformazione digitale (36%, +14 punti).

I dati confermano che il vero e proprio ostacolo allo sviluppo dei territori è rappresentato dalla mancanza di figure professionali adeguate alla trasformazione digitale.

Accanto alla capacità di applicare e utilizzare linguaggi informatici e alle competenze digitali, le skills maggiormente richieste sono legate per lo più relative alle capacità collaboration ed alle attitudini personali (empatia, networking, etc). Si tratta di competenze trasversali che vanno dalla capacità di lavorare in gruppo, alla flessibilità e alla capacità di adattamento.

In sintesi, si evidenzia di seguito quanto emerso dal confronto con le imprese, i soggetti istituzionali del tavolo di concertazione locale, dall’analisi delle risultanze degli osservatori regionali/locali e dei principali trend tecnologici di interesse, di cui Polo Navacchio è espressione:

- il digitale può essere la leva per trainare la ripartenza: le imprese investono sempre di più nella transizione digitale, accrescendo e diversificando le competenze interne e rendendo sempre più tecnologici i processi aziendali ed il know-how che offrono sul mercato;
- l’ICT è divenuta sempre più pervasiva: apparati hardware e le applicazioni software sono sempre più protagonisti del nostro vivere quotidiano, a livello sia lavorativo che privato;

- le grandi imprese in genere sono preparate, reattive e riescono a definire con la propria struttura e competenze lo standard produttivo e di innovazione, in modo sostanzialmente autonomo o in collaborazione con il sistema della ricerca, con cui hanno legami strutturati. La digitalizzazione diventa pertanto più rilevante per il business e la crescita delle aziende piccole e medio-piccole;
- la tecnologia dovrà essere sempre più impiegata non soltanto da un punto di vista tecnico, ma anche in funzione della capacità di aggregare, velocemente ed efficacemente, una molteplicità di dati ed informazioni che la tecnologia rende adesso disponibili ed in tempo reale e che devono accelerare il processo decisionale, determinando il vero valore aggiunto;
- da una parte, le imprese hanno difficoltà a reperire le figure professionali di cui hanno bisogno e dall'altra potenziali lavoratori che non trovano un impiego coerente con il loro titolo di studio o l'esperienza sin qui acquisita;
- migliorare l'inserimento lavorativo delle persone, offrendo percorsi personalizzati di ingresso o reingresso al lavoro e innalzando le competenze attraverso percorsi di riqualificazione o aggiornamento professionale in chiave digitale;
- necessità di professionalità immediatamente spendibili.

Quanto prima evidenziato, è coerente anche con le strategie che il governo regionale intende adottare per fare della Toscana e dei suoi cittadini una realtà più connessa, più digitalizzata e in grado di padroneggiare gli strumenti informatici.

Una realtà regionale in linea con i dati nazionali, in un quadro che vede però l'Italia nella parte bassa della classifica europea.

In Toscana il 77,4% delle famiglie dichiara di possedere un accesso a internet, a fronte di un 76,1% a livello nazionale. La scelta delle famiglie toscane di non dotarsi di una connessione internet domestica dipende nel 51,2% dei casi dall'incapacità di utilizzarlo e nel 33,3% dall'idea che internet non sia un mezzo utile o interessante.

Solo il 57,8% dei singoli cittadini toscani utilizza un PC e solo il 73,7% dei cittadini toscani con più di sei anni utilizza internet, utilizzato in maggioranza per servizi di messaggia istantanea e per effettuare chiamate o videochiamate.

L'interazione online con la Pubblica Amministrazione, però, si limita a una percentuale del 31,7%, benché sia solo il 38% della popolazione con più di 14 anni a non aver mai utilizzato la rete per l'acquisto di beni e servizi da privati¹.

Il confronto attivato sul territorio ha evidenziato, infine, la stretta coerenza con gli obiettivi dell'Agenda Digitale Europea 2020-2030 e con la necessità di aumentare le competenze di base (per i cittadini), specialistiche (per i tecnici ed i funzionari), di e-leadership (per i vertici di enti ed aziende)

Lo sviluppo diffuso, rapido e su vasta scala delle piattaforme di servizi digitali, nonché i dibattiti sugli spazi pubblici di dati e sulle nuove tecnologie come l'intelligenza artificiale, interessano tutti i settori della nostra società.

Molti nuovi modi di comunicare, fare acquisti o accedere alle informazioni online fanno ormai parte della nostra vita quotidiana e sono in costante evoluzione. L'agenda digitale europea per il decennio 2020-2030 affronta tali questioni concentrandosi sulla creazione di spazi e servizi digitali sicuri, sulla creazione di condizioni di parità sui mercati digitali con le grandi piattaforme, nonché sul rafforzamento della sovranità digitale dell'Europa, contribuendo nel contempo all'obiettivo europeo della neutralità climatica entro il 2050².

Il digitale si conferma quindi un punto di forza per le PMI: per la maggioranza delle imprese la trasformazione digitale è fondamentale per il futuro aziendale, al fine di ottimizzare processi, organizzazioni, mercato.

Ma per diventare davvero data-driven e sfruttare appieno tutte le potenzialità che il digitale abilita, le PMI dovranno mettere il dato al centro della strategia aziendale per restare competitive sul mercato.

Per quanto riguarda i principali trend digitali nel 2022 secondo gli addetti ai lavori, si evidenziano priorità per l'automazione, l'omnicanalità, la centralità dei contenuti e storytelling digitale, acquisti online, marketing conversazionale, customer experience. Nei prossimi anni, il marketing digitale - display ads e social media ads, email marketing e search engine optimization, così come il social media marketing- saranno sempre più caratterizzati dall'automation.

Le piattaforme di ebusiness dovranno essere inoltre sempre più performanti ad attrarre quanto più possibile clienti e prospect, in modo da avere a disposizione una maggiore quantità di dati di prima mano su gusti, consumi, abitudini di navigazione.

Secondo un'analisi dei trend digital marketing 2022 di Think With Google, l'approccio più adottato per il monitoraggio e la misurazione delle campagne sarà presto quello «end-to-end» e che prova a tracciare simultaneamente e in maniera integrata i risultati di tutte le iniziative, digitali e non.

Per tutto quanto sin qui detto, Polo Navacchio intende contribuire allo sviluppo socio-economico in chiave digitale del territorio della provincia di Pisa, attraverso un portafoglio di percorsi formativi orientati in particolare al business digitale (comunicazione, promozione, marketing, vendita e post vendita, attraverso piattaforme web e social network), attraverso una maggiore integrazione e cooperazione tra soggetti pubblici e privati, al fine di rispondere:

- alle esigenze reali, provenienti dal mondo produttivo, di qualificazione "pronto uso" della forza lavoro, in termini di: tempistica - percorsi brevi, qualificazione della forza lavoro – spendibili subito

¹ Fonte: www.toscana-notizie.it/giunta/leonardo-marras/-/asset_publisher/XUIJyx816Afv/content/id/118794490

² Fonte: www.europarl.europa.eu/factsheets/it/sheet/64/un-agenda-digitale-europea

in contesti produttivi, disponibilità di competenze a 360° - verticali e trasversali, di base e specialistiche;

- al bisogno di partecipazione attiva ad un percorso lavorativo qualificato di donne, giovani e di tutti coloro che si trovano in condizioni di disagio e fragilità lavorativa;
- all'autonomia dei cittadini - lavoratori, utenti di servizi digitali della PA, della sanità, e di servizi per il tempo libero e la vita privata.

L'articolazione dei percorsi formativi in chiave digitale sarà finalizzata pertanto ad offrire un portafoglio completo di opportunità, idonee a colmare il gap, ancora esistente a diversi livelli nel territorio della provincia di Pisa, in tema di competenze digitali, quale combinazione di conoscenze, abilità ed atteggiamenti relativi all'uso della tecnologia, idonee a svolgere compiti, risolvere problemi, comunicare, gestire informazioni, collaborare, creare e condividere in maniera critica ed indipendente contenuti creativi e di utilità per i diversi scopi.

Il portafoglio dei percorsi che sarà strutturato a seguito di questa indagine è stato pensato come un percorso organico ed integrato, che mira a rafforzare competenze digitali strumentali ed operative (hard skills), proiettandole sempre più verso competenze più comunicative, critiche e strategiche (soft skills), che intersecano a diversi livelli le tre dimensioni dei domini di apprendimento:

- abilità strumentali per l'uso di strumenti e media digitali;
- conoscenze relative alla tecnologia;
- atteggiamenti verso un uso strategico, comprensione critica, creatività, responsabilità ed indipendenza.

Un diffuso accesso ed uso della tecnologia non rappresenta infatti una prova di competenza digitale; il differenziale di competenze è rappresentato invece dalla capacità di:

- trarne vantaggio per la vita, il lavoro e l'apprendimento, sviluppando e condividendo una cultura digitale;
- combinare le conoscenze, le abilità e le attitudini più appropriate in base al contesto e alle esigenze che si presentano di volta in volta.

Gli atteggiamenti rappresentano il dominio più importante e difficile su cui sarà necessario investire a breve, poiché ciascuno di noi è caratterizzato da atteggiamenti ed abitudini consolidate nel tempo. I nuovi processi digitali richiedono, invece, l'abbandono delle vecchie abitudini, la condivisione di obiettivi, di risultati, di mezzi e risorse per raggiungerli, pensando/ri-pensando in digitale ed interagendo efficacemente nell'ecosistema dell'innovazione digitale.

Nelle nuove professioni, l'attenzione sarà infatti sempre più rivolta ad una varietà di competenze: se da un lato, è in crescita la richiesta di conoscenze tecnico-scientifiche sempre più specializzate, dall'altro

sta aumentando molto anche il fabbisogno di competenze digitali trasversali e di attitudini necessarie ad affrontare la trasformazione digitale.

Sulla base di queste considerazioni, il portafoglio di percorsi formativi sarà definito, dando rilevanza anche alle digital soft skill, sia verticalmente attraverso uno specifico percorso, che trasversalmente nell'ambito degli altri corsi che compongono il catalogo.

A livello lavorativo, si sta infatti registrando un gap di competenze maggiore per le digital soft skill.

Unioncamere stima che nel periodo 2020-24 le imprese italiane avranno bisogno di 1,5 milioni di occupati con competenze digitali di livello intermedio (56% dei fabbisogni del periodo) e di oltre 600.000 professionisti con competenze digitali miste (e-skill mix - competenze digitali di base, capacità di utilizzare linguaggi e metodi matematici e informatici, capacità di gestire soluzioni innovative), corrispondenti al 24% del totale.

Da evidenziare, inoltre, come già visto, che le competenze digitali si sovrappongono e si propagano attraverso diverse sfere della vita di ciascuno di noi: cittadino digitale, lavoratore digitale, consumatore digitale, amico e familiare digitale. Le abilità strumentali e le applicazioni possono variare tra il lavoro e il tempo libero, ma gli atteggiamenti di base, le strategie, l'etica e le conoscenze sull'informazione digitale, la comunicazione, la produzione e la sicurezza si sovrappongono e fa sì che una competenza digitale appresa e usata in una sfera di vita può essere applicata in un'altra.

Quando si parla di competenza digitale, bisogna infine tener presente che non si può prescindere dall'analisi e monitoraggio dei trend (tecnologici, di mercato ed occupazionali) e dai possibili campi applicativi e di uso nello specifico contesto di riferimento.

Nelle imprese è sempre più presente l'esigenza di conoscere, definire e gestire il passaggio a Industria 4.0. Quando si parla di Industria 4.0 ci si riferisce ad una modalità integrata nell'utilizzo di tecnologie, metodi, risorse materiali ed immateriali che dialogano direttamente grazie al digitale.

In considerazione delle specificità del territorio pisano, non sono state prese in considerazione tutte le tecnologie abilitanti, ma solo quelle che possono trovare una verosimile applicazione sul territorio.

La velocità del cambiamento non è un problema solo per le aziende, ma anche per chi ha il compito di sviluppare le competenze. Partendo da quelli possono essere definiti i tre paradigmi di contesto: velocità del cambiamento, integrazione delle competenze e quantità dei dati" ne deriva che oggi quello che si impara diventa rapidamente obsoleto. Se è vero che una buona fetta delle opportunità tra dieci anni arriveranno da lavori che oggi non esistono, oggi formiamo persone con competenze che non utilizzeranno in futuro. Per questo, c'è bisogno che i processi formativi anticipino i cambiamenti del mercato.

Per questo motivo seppur valutato tutte le tecnologie abilitanti ed i domini applicativi Industria 4.0, per una adozione congiunta di tecnologie digitali capaci di aumentare l'interconnessione e cooperazione

delle risorse (asset fisici, persone e informazioni), abbiamo individuato come di utilità per il territorio della provincia di Pisa (sulla base delle specifiche caratterizzazioni produttive e della piccola dimensione imprenditoriale) l'insieme delle tecnologie più vicine all'IT (digital e web mktg in tutte le sue declinazioni, marketing automation, piattaforme e-business, IoT, Big Data, Cybersecurity).

Per l'individuazione delle priorità sono state altresì prese a riferimento anche le risultanze emerse nello svolgimento di iniziative di animazione e sensibilizzazione territoriale e servizi di open innovation, promossi dal Polo Tecnologici di Navacchio, quale principale sistema aggregato della Toscana in tema ICT.

L'intero impianto metodologico, attorno al quale saranno definiti i percorsi formativi, fa riferimento al:

- Quadro di riferimento DigComp 2.1 e Quadro Comune Europeo di Riferimento (QCER), in cui sono state standardizzate le aree di competenza digitale, le competenze digitali per area ed il livello di padronanza per ciascuna competenza, oltre a riportarne anche esempi applicativi, con un'attenzione particolare alle digital soft skills;
- Sistema regionale delle Competenze. Secondo questo approccio (che si rifà alla logica concettuale European Qualifications Framework - EQF), si intende aumentare la qualità delle azioni formative a supporto delle transizioni dei diversi sistemi relativi al Life Long Learning (Istruzione, Formazione, Lavoro). In tale quadro, la normativa regionale individua il sistema di certificazione delle competenze quale strumento per rendere certe, definite, classificate e riconosciute le competenze acquisite dall'individuo, anche attraverso il riconoscimento degli apprendimenti conseguiti nei percorsi formativi.

Il Quadro DigComp 2.1 e gli standard regionali saranno considerati quindi come orientamento principale per la progettazione dell'offerta formativa, anche perché diventa essenziale, soprattutto se ci riferiamo all'obiettivo di rispondere alle necessità e alle richieste occupazionali del territorio, di creare risposte immediate alle esigenze produttive, rendendo riconoscibili e valutabili le competenze e le abilità.

È necessario pertanto adottare logiche di descrizione vicine a quelle in uso nelle culture organizzative (pensare per processi, individuazione delle aree di attività principali, esplicitazione delle condizioni di esercizio che avvicinano la figura al ruolo concreto) e fornire un "biglietto da visita" "certificato" a chi deve collocarsi nel mercato del lavoro, in cui il contenuto descrittivo sia l'espressione reale di un saper fare.

Questa metodologia, direttamente collegata alle indicazioni del quadro europeo e dal sistema regionale, si ricollega alla definizione di standard minimi in un'ottica di integrazione non solo nazionale, ma anche europea.

L'azienda del futuro sarà infatti caratterizzata sempre più da esperienze interattive, automazione intelligente, processi digitali che permettono di creare un ecosistema di nuovi processi, prodotti, servizi,

impianti e persone sempre connessi. Per avere successo in un mondo sempre più connesso e digitale, le organizzazioni devono però trasformare i loro business model, con team multidisciplinari integrati ed orientati a sviluppare progetti digitali.

L'integrazione richiede però una grande importanza delle soft skills, che comprende "capacità relazionali, problem solving, etc...". Le imprese che vogliono essere competitive, digitale, tecnologia e soft skills diventano imprescindibili, se si vogliono cogliere le opportunità che il mercato globale porta con sé e non subirne solo la competizione. Le competenze trasversali acquisiranno sempre maggior importanza nel mondo del lavoro, con una forte richiesta per l'attitudine al "complex problem solving", al "pensiero critico" e alla creatività.

Conseguentemente, occorre cambiare anche il metodo formativo, orientandosi a lavorare su piccoli gruppi e a formare competenze per il lavoro collaborativo, sia attraverso percorsi verticalizzati, che trasversalmente nell'ambito di percorsi relativi a tematiche diverse.

Anche in relazione a questi aspetti, di processo e di contenuto, il progetto ha fornito risposte innovative appropriate.

Esiste inoltre una grande disponibilità di dati. "Quando si gestivano dati tradizionali la fase predittiva era importante. Oggi invece prima abbiamo i dati e poi costruiamo il modello interpretativo". Un passaggio che prevede un approccio mentale diverso del quale devono tenere conto anche i processi formativi che devono abituare a pensare a modelli deduttivi.

Le risposte ai fabbisogni emersi prenderanno a riferimento i seguenti obiettivi:

- creare un più stretto legame tra attività produttive e territorio;
- sostenere il comparto produttivo e dei servizi del territorio, incentivando lo sviluppo dell'innovazione e della competitività, mediante percorsi di formazione mirati a formare professionalità digitali, per soddisfare le esigenze delle imprese del territorio. L'ICT, interagendo in modo trasversale con tutti i settori economici del territorio toscano, agisce da propulsore per l'innovazione e lo sviluppo delle imprese;
- investire in figure professionali che sappiano trasformare la conoscenza esistente in innovazioni, funzionali alla competitività delle imprese;
- stimolare l'adozione di modelli di management e di leadership, per gestire in modo contemporaneo ed efficace le organizzazioni e le imprese che hanno intrapreso la strada della digitalizzazione, che costringe le persone e le aziende a reinventarsi, ad adattarsi. Le aziende si trovano davanti a sfide importanti: devono essere flessibili, veloci, connesse. E devono comprendere l'interdipendenza che le lega ai contesti di riferimento, di mercato e ambientali, che sempre più spesso si mostrano incerti e difficilmente prevedibili. Servono nuovi strumenti, cognitivi e pratici, e nuove professionalità per far fronte al cambiamento in atto;

- potenziare il legame tra mondo dell'innovazione e del trasferimento tecnologico, della formazione, dell'istruzione e impresa per creare profili coerenti con ciò che il mercato chiede;
- favorire il trasferimento di conoscenze e di promozione della cultura d'impresa orientata all'innovazione, alla qualità e all'efficacia della comunicazione digitale, per la conoscenza del mercato e la valorizzazione del proprio know how;
- favorire attraverso l'impiego di figure digitali il rinnovamento e la crescita del sistema produttivo del territorio in termini di competitività, di qualità dei servizi e dei processi, creando valore aggiunto per l'intero sistema.

Tutte sfide importanti, a cui intendiamo contribuire, con un orientamento a specifici obiettivi e al sistema di relazioni che caratterizza l'ecosistema locale, perché se l'innovazione è il vero motore della crescita economica, l'integrazione e le connessioni ne sono il combustibile.

5 agosto 2022

POLO NAVACCHIO S.p.A.
Via M. Giunni, 13
56023 Navacchio (Pisa)
Tel. 050.754111 Fax 050.754140
Partita IVA 0182520507
2019