

PROGETTO

STEp-IN-UP

*Servizi Trasfrontalieri per l'INnovazione e
le startUP*

Report sull'Esito dell'Erogazione dei Servizi Orizzontali

Prodotto T3.2.1

*A cura di Chambre de Commerce
et d'Industrie Nice Cote d'Azur
(in collaborazione con tutti i
partner)*

*Coordinamento : Lucca Innovazione e
Tecnologia Srl
V.01*

Indice

INTRODUZIONE	3
1. Sintesi attività svolte	4
1.1 Le startup selezionate dal Progetto STEP-IN-UP.....	4
1.2 I fabbisogni formativi emersi dalla fase di audit.....	5
2. LA FORMAZIONE	6
2.1 Formazione “I fondamentali della strategia d’impresa”.....	6
2.1.1 Contenuto e planning.....	7
2.1.2 Svolgimento delle sessioni formative.....	9
2.2 I moduli di formazione specifica.....	10
3. CONCLUSIONI ED ELEMENTI DI FEEDBACK	12

INTRODUZIONE

Il progetto STEp-IN-UP, acronimo di Servizi Trasfrontalieri per l'INnovazione e le startUP, ha l'obiettivo di rafforzare il tessuto imprenditoriale dell'area transfrontaliera nelle filiere della green e blu economy attraverso il sostegno alla crescita delle startup. Per raggiungere questo obiettivo, è stato formulato un piano d'azione congiunto e transfrontaliero al fine di erogare servizi trasversali e specialistici ad un gruppo di imprese target (nuove imprese costituite da non più di 2 anni e imprese innovative costituite da non più di 3), che intendono proporre, in modo innovativo e collaborativo, soluzioni destinate a mercati della blue&green economy.

I partner del progetto **STEp-IN-UP** sono: capofila Lucca Innovazione e Tecnologia-Polo Tecnologico Lucchese (Lucca - Toscana), Chambre de Commerce et d'industries Nice- Côte d'Azur (Nizza - Francia), Fondazione ISI - Innovazione Sviluppo Imprenditoriale (Pisa, Toscana) e Sardegna Ricerche (Cagliari, Sardegna).

Per individuare la tipologia di servizi di supporto da erogare alle startup selezionate attraverso il bando STEp-IN-UP, il partenariato ha incaricato un team transfrontaliero di esperti per la realizzazione di un'analisi dei principali fabbisogni delle imprese. Il lavoro è stato condotto attraverso una serie di audit aziendali volti a comprendere il grado di maturità di ciascuna startup, col fine di identificare

- gli ambiti tematici sui quali realizzare attività formative (c.d. servizi orizzontali o trasversali), individuando fabbisogni condivisi da più imprese;
- gli ambiti aziendali sui quali focalizzare l'erogazione dei voucher da 8.000€ messi a disposizione dal partenariato per l'acquisto di servizi di consulenza qualificata (c.d. servizi verticali o specialistici), secondo le specifiche esigenze della singola startup.

Il presente prodotto intende illustrare quali sono stati i servizi orizzontali erogati dal partenariato alle imprese selezionate con il bando STEp-IN-UP.

1. SINTESI ATTIVITÀ SVOLTE

1.1 Le startup selezionate dal Progetto STEp-IN-UP

In totale, il progetto ha selezionato attraverso un apposito bando 22 imprese del territorio transfrontaliero del Programma Interreg Marittimo Italia-Francia 2020-2027, appartenenti alle quattro filiere strategiche attraverso un apposito bando. Sono state selezionate cinque imprese della Regione Sud, Provenza Alpi Costa Azzurra, Francia e 17 imprese italiane:

Impresa	Filiera Strategica	Regione
AKIDAIA sas	Nautica e Cantieristica Navale	PACA
BOAT N GO	Turismo Innovativo e Sostenibile	PACA
CARTESIA SOLUTIONS srl	Turismo Innovativo e Sostenibile	Toscana
CONSORZIO VINI TERRE DI PISA	Turismo Innovativo e Sostenibile	Toscana
COREFY srl	Turismo Innovativo e Sostenibile	Toscana
DECLAR srl	Turismo Innovativo e Sostenibile	Toscana
DIGITFM srl	Nautica e Cantieristica Navale	Toscana
HELP NATURE sarl	Turismo Innovativo e Sostenibile	Sardegna
ITALY SMART FOOD srl	Biotecnologie blu e verdi	Toscana
MIYE CARE sas	Biotecnologie blu e verdi	PACA
O'BICYCLE	Turismo Innovativo e Sostenibile	PACA
PAGINA 46 srl	Nautica e Cantieristica Navale	Toscana
PROPERTY INVESTMENT srls	Turismo Innovativo e Sostenibile	Sardegna
SEARES srl	Nautica e Cantieristica Navale	Toscana
SEASTAR SERVICES srl	Nautica e Cantieristica Navale	Sardegna

TADAN srl	Turismo Innovativo e Sostenibile	Toscana
TIOTIC sas	Energie rinnovabili blu e verdi	PACA
TOCKET	Turismo Innovativo e Sostenibile	Toscana
TOUR MY TABLE	Turismo Innovativo e Sostenibile	Sardegna
UNBLENDED srl	Turismo Innovativo e Sostenibile	Sardegna
WEDU srl	Turismo Innovativo e Sostenibile	Toscana
ZENIS srls	Biotecnologie blu e verdi	Sardegna

1.2I fabbisogni formativi emersi dalla fase di audit

Dagli audit realizzati dagli esperti sono stati individuati i seguenti fabbisogni formativi delle imprese:

Fabbisogni formativi	Descrizione sintetica
Internazionalizzazione	Strategia commerciale, sviluppo del business, comunicazione digital e social media, marketing strategico, marketing informativo e analitico, networking, processi di internazionalizzazione
Amministrazione e finanza	Metodologie contabili e finanziarie per startup, fundraising, tender nazionali e internazionali, controllo di gestione, pianificazione strategica, gestione magazzino
Definizione/Rafforzamento modello di business	Analisi e sviluppo del business model
Gestione delle risorse umane	Sviluppo organizzativo e team building
Proprietà intellettuale	Conoscenza ambiti di tutela (nazionale, internazionale) e opportunità di sfruttamento
Altro	GDPR, ICT base development app e web, corsi specialistici enologici, sharing economy

Per l'analisi più dettagliata circa l'esito degli audit si rinvia al prodotto [Prodotto T3.1.1 – Piano d'azione congiunto](#)

2. LA FORMAZIONE

Sulla base dei risultati degli audit e con l'obiettivo di creare delle classi formative omogenee, le startup sono state suddivise in tre gruppi. Ciascun gruppo ha partecipato a 6 ore di **formazione sui fondamenti della strategia aziendale e in funzione della loro necessità hanno scelto una seconda tematica di formazione.**

2.1 Formazione “I fondamentali della strategia d'impresa”

L'obiettivo di questa formazione è stata quella di contribuire a rafforzare le competenze dei dirigenti delle Startup e delle PMI sulla base della seguente constatazione: «L'80% delle startup fallisce prima del secondo anno di esistenza (fonte INSEE), e la causa principale di questo fallimento (42%) sarebbe l'assenza di una strategia chiara, formalizzata e supportata da dati affidabili e correttamente analizzati”.

La formazione ha così riguardato «il ritorno ai fondamentali» sulla base di un modulo di tre sessioni di due ore ciascuna.

La formazione si è tenuta a distanza (MS Team) e in inglese ed è stata fornita da Jean-Michel ENEE consulente di ABP Consulting.

Formatore: Jean- Michel ENEE

Dal 1990, un percorso di creazione di servizi innovativi all'interno di un Gruppo Internazionale, di sviluppatore di centri di profitto, di imprenditore e poi di consulente-formatore in strategia, sviluppo commerciale e guida al cambiamento. In tale veste, ha partecipato a diversi progetti europei e ha quindi accompagnato numerose startup nell'elaborazione e nell'attuazione della loro strategia. Concreto e pragmatico ma con solide basi teoriche (ha insegnato alla SKEMA Business School), si concentra sull'efficacia di una riflessione basata su dati oggettivi tenendo conto dell'umano, spesso con un tocco di umorismo. Curioso di novità, si interessa ai nuovi modelli di business e si impegna a seguire le innovazioni di prassi per integrarle nelle formazioni e missioni di consulenza presso dirigenti di PMI e di startup.

2.1.1 Contenuto e planning

«Un'azione di formazione specifica e su misura per acquisire le basi teoriche, appropriarsi degli strumenti pratici e utilizzarli per una rapida attuazione».



L'interesse per i dirigenti è stato di privilegiare le applicazioni pratiche sulla base di apporti teorici favorendo gli scambi di esperienze e la fertilizzazione incrociata proponendo una «cassetta degli attrezzi» e dei template. Per facilitare gli scambi, tre gruppi omogenei di sette imprese sono stati costituiti per settore di attività:

Green/ Blue economy...

Una pianificazione specifica è stata definita per rispettare il ritmo e l'attività delle imprese partecipanti, in particolare per quanto riguarda le attività stagionali di alcune di esse.

Sono state organizzate tre sessioni di due ore ciascuna, suddivise in due settimane.

2.1.2 Svolgimento delle sessioni formative

Tre elementi chiave hanno caratterizzato questo modulo di formazione:

1. Il tempo sono stati rispettati. Si sono dovuti operare adeguamenti nei gruppi e nelle date in funzione di imperativi commerciali e organizzativi di taluni dirigenti, senza che lo svolgimento delle sessioni ne fosse perturbato.
2. Non si sono incontrate particolari difficoltà tecniche a parte alcuni rari problemi di connessione per alcuni partecipanti.
3. L'animazione si basa molto sulla partecipazione e sulle testimonianze, che hanno dovuto essere modificate e si sono evolute nel corso delle sessioni, senza per questo provocare profondi cambiamenti. Le principali ragioni di tali cambiamenti sono state:
 - L'assenza di alcuni dirigenti nella prima sessione ha influenzato la fluidità dell'animazione. Infatti, non essendo direttamente implicati nelle decisioni strategiche della loro impresa, alcuni partecipanti hanno rapidamente perso il filo. Un messaggio inviato ai Dirigenti ha rapidamente risolto questa temporanea difficoltà.
 - Una grande disparità di padronanza dell'inglese ha rallentato il corso delle prime sessioni. Abbiamo dovuto fare appello a Lorenzo Ghibellini (Sardegna Ricerche) per tradurre puntualmente alcune parti della formazione, in particolare nei momenti di domande e risposte, La Commissione ha inoltre pubblicato un opuscolo che illustra le esperienze di condivisione delle esperienze e il passaggio delle istruzioni di alcuni esercizi di attuazione. Il suo intervento ha permesso di rispettare un timing serrato pur facilitando gli scambi.
 - Le differenze nei livelli di conoscenza e nelle basi teoriche di alcuni partecipanti hanno talvolta rallentato lo svolgimento di alcune sessioni. Ciò è probabilmente dovuto anche al livello di maturità delle imprese sul loro mercato. Tuttavia, i contributi teorici e gli esempi di applicazione pratica presentati da alcuni dirigenti hanno portato una migliore comprensione globale.

2.2 I moduli di formazione specifica

Come complemento della formazione sulla strategia d'impresa, il partenariato ha messo a disposizione delle imprese 12 ore di **formazione specifica**, suddivisa in tre moduli tematici:

- Marketing e comunicazione
- Internazionalizzazione del business
- Preparazione raccolta fondi

I tre ambiti tematici scelti sono stati quelli per le quali le imprese, durante la fase di audit, hanno manifestato maggior interesse e necessità di approfondimento. La formazione è stata erogata online in lingua inglese nei mesi di giugno e luglio 2022 da un fornitore qualificato selezionato dal partenariato con una procedura comparativa. Ciascuna impresa ha potuto scegliere a quali moduli partecipare, in linea con le proprie disponibilità.

MONDAY 4 TH	
Business Internationalization - Module 1	Marketing & Communication - Module 1
Hour: 10:00AM – 12:00PM	Hour: 3:00 – 5:00PM
TUESDAY 5TH	WEDNESDAY 6TH
Business Internationalization - Module 2	Marketing & Communication - Module 2
Hour: 3:00 – 5:00PM	Hour: 10:00AM – 12:00PM
THURSDAY 7TH	FRIDAY 8TH
Startup Fundraising - Module 1	Startup Fundraising - Module 2
Hour: 11:00AM – 1:00PM	Hour: 11:00AM – 1:00PM

Alla fine del percorso di formazione a gruppi, le 16 imprese italiane ⁽¹⁾ hanno potuto beneficiare di 4 ore di **formazione one-to-one** attraverso la quale hanno ricevuto delle indicazioni specifiche per la propria realtà aziendale su uno dei tre ambiti tematici sopra indicati. La formazione personalizzata è stata erogata dallo stesso fornitore di quella specifica: per definire nel dettaglio i fabbisogni di ciascuna singola impresa, il fornitore ha fatto compilare un questionario di profilazione.

La formazione individuale è stata suddivisa in due incontri: durante il primo incontro ogni impresa ha potuto presentare le aree ritenute di maggior interesse per la propria realtà aziendale e gli ambiti ritenuti maggiormente strategici per la propria crescita.

Tra il primo e secondo incontro il fornitore ha approfondito la tematica, elaborando un report personalizzato che è stato restituito alla startup nel corso del secondo incontro. Il report contiene indicazioni operative sulle azioni da intraprendere per avviare un percorso di sviluppo in linea con il livello di maturità dell'impresa.

3. CONCLUSIONI ED ELEMENTI DI FEEDBACK

La suddivisione in tre gruppi ha permesso ai partecipanti di integrare le formazioni senza disturbare il loro programma e sono stati necessari adeguamenti per consentire ai partecipanti di partecipare a tutte le sessioni. Le difficoltà incontrate (comprensione ed espressione dell'inglese ...) sono state rapidamente risolte dai partner in coordinamento con i consulenti.

Nonostante un avvio piuttosto timido, legato in particolare al formato in videoconferenza, gli scambi tra i partecipanti sono stati sufficientemente numerosi per arricchire il contenuto di esempi e di esperienze, facilitando così la buona atmosfera generale. Queste formazioni avrebbero senza dubbio guadagnato fluidità nel quadro di una formazione in presenza.

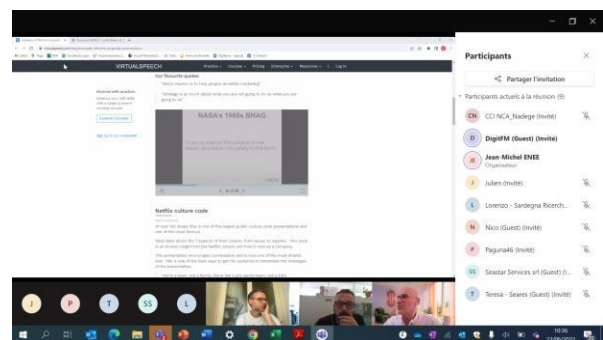
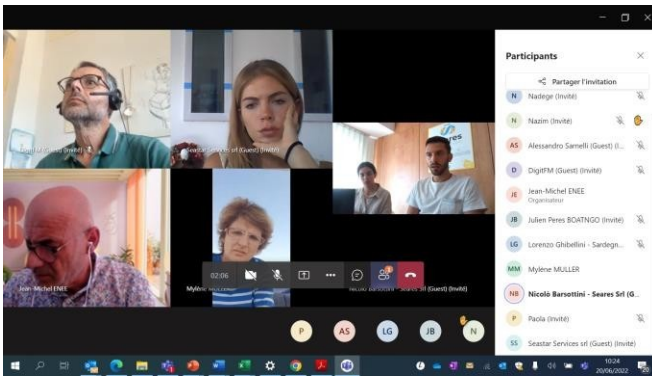
Il contenuto, valutato al termine di ogni sessione, è stato ritenuto pertinente per gli apporti pedagogici e teorici. I template presentati sotto forma di «toolbox», hanno permesso ai partecipanti di scegliere quelli che saranno loro più utili.

Gli elementi di feedback

Ad ogni sessione, una decina di minuta è stata dedicata ad un giro di tavolo al fine di valutare la soddisfazione dei partecipanti sui contenuti, l'apporto pedagogico e l'animazione. Tenuto conto degli aggiustamenti necessari fatti al termine della prima sessione, i commenti sono stati costruttivi. I punti chiave di questi feedback si concentrano essenzialmente su:

- La pertinenza degli apporti teorici, nuovi per alcuni dei partecipanti.
- L'approccio pratico delle tematiche affrontate (definizione dei KPIs, elementi di linguaggio, ecc).
- Una scoperta (e per alcuni una «puntura di richiamo) dei fondamenti teorici della strategia aziendale.
- Elementi di riflessione per riorientare o riscrivere la strategia basandosi su strumenti semplici da mettere in pratica.

- Implementazione di alcuni strumenti e modelli per animare i loro team o presentare l'azienda a diversi stakeholder.
- Domande di fondo sull'attuazione operativa della loro strategia.
- La volontà di formalizzare chiaramente la strategia per ottimizzare l'organizzazione aziendale.
- Maggiore interattività e apprendimento grazie alla costituzione di un piccolo gruppo di lavoro



Feedback

O'BICYCLE :

Ho avuto il piacere di essere selezionato per partecipare ai corsi di formazione offerti dalla CCI Nizza Costa Azzurra nell'ambito del progetto Step in up.

Relatori: Jean-Michel mi ha fornito informazioni preziose e indispensabili per lo sviluppo della mia azienda.

I due oratori hanno saputo animare ed esporre le formazioni in modo chiaramente professionale.

Contenuto: La scelta dei moduli è una buona idea, perché mi ha permesso di focalizzare gli argomenti e arricchire le mie conoscenze, sviluppare il mio know-how strategico e soprattutto confrontare la mia visione con quella dei formatori. “

TIO TIC :

"Contenuto della formazione: Molto pertinente. Ciò ha permesso di scoprire o ri-esplorare una serie di metodologie utili alle nostre attività. Anche se alcuni strumenti ci sono familiari, è sempre utile ricordarli e soprattutto pensare ad applicarli.

Durata, formato: È chiaro che il formato "a distanza" non è il migliore per questo tipo di esercizio, ma ha il merito di potersi riunire "virtualmente" con persone di orizzonti più lontani e variegati rispetto al solito. La suddivisione in più sessioni permette di restare attenti ed efficaci. 2h per sessione mi è sembrato di essere adattato allo sguardo del formato distanziale."