

LM LEADERSHIP & MANAGEMENT

RIVISTA ITALIANA DI INFORMAZIONE MANAGERIALE

PROCUREMENT & SUPPLY CHAIN

N° 32
Mag/Giu 2015



MATCHMAKING: UN SERVIZIO PER LA CRESCITA DELLE IMPRESE

Francesca Brenzini
Fondazione per la Ricerca e l'Innovazione promossa dall'Università degli Studi di Firenze e Città Metropolitana, francesca.brenzini@unifi.it

Nicola Mitolo
Michela Paolucci
Effective Knowledge & Università degli Studi di Firenze, Disit Lab, mitolo@effective-knowledge.com, michela.paolucci@unifi.it

Paolo Nesi
Università degli Studi di Firenze & CsaVRI, Centro di Servizi di Ateneo per la Valorizzazione dei risultati della Ricerca e la gestione dell'Incubatore universitario, paolo.nesi@unifi.it

CAMBIAMENTO CULTURALE IN CORSO. L'ESPERIENZA DI APRE TOSCANA

La collaborazione tra imprese è considerata un fattore strategico per innovare. Dalla collaborazione nascono idee progettuali originali, sinergie multidisciplinari, ampliamento dei mercati, nuovi prodotti e servizi, scambi di informazioni e conoscenza. Le statistiche riportano che la propensione a creare relazioni tra imprese e organi di ricerca e fare parte di reti è correlata alla dimensione delle imprese, più grandi sono e più tendono a far parte di network ("Le tendenze innovative della media e piccola imprenditoria italiana" - focus PMI 2014, Fondazione Unioncamere). Il tessuto imprenditoriale nazionale è invece rappresentato da micro, piccole e medie imprese per la maggior parte a gestione familiare e mostra una minore fiducia verso le relazioni con altre imprese e centri di ricerca. Quando si parla di innovazione, l'infrastruttura necessita di una cultura, un modo di pensare diffuso, che le permetta di fertilizzare l'economia. Ascolto dei bisogni del territorio per orientare la ricerca, relazioni, dialogo, conversazioni, confronto tra imprese e ricerca per realizzare progetti d'innovazione, questi sono gli ingredienti per promuovere un cambiamento culturale verso un approccio più orientato alla creatività.

In questo contesto, lo Sportello Apre Toscana, ha lanciato nel 2011 la piattaforma di MatchMaking,

uno strumento per facilitare le relazioni e contribuire allo sviluppo di una nuova cultura e nuove progettualità tra imprese e ricerca.

Lo Sportello Apre Toscana, a supporto dell'agenzia nazionale Apre (Agenzia per la Promozione della Ricerca Europea), si occupa di promuovere i programmi di ricerca, sviluppo e innovazione tecnologica della Commissione Europea, accompagnare ricerca e impresa verso la presentazione di progetti, organizzare eventi di formazione e animazione territoriale. Coordinato dal Comitato Regionale Apre Toscana (CRAT), composto da quasi tutti gli organi di ricerca, centri servizi e istituzioni che operano sul territorio toscano (Tabella 1), lo Sportello Apre Toscana coordinato dal Centro Servizi e Valorizzazione della Ricerca e gestione dell'Incubatore Universitario (CsaVRI). Il laboratorio universitario DISIT ha realizzato il portale di Apre Toscana www.apretoscana.org che è lo strumento informativo, promozionale e di networking delle attività, dei bandi di finanziamento europei, delle giornate di formazione, degli eventi organizzati. Ad



Membri del Comitato Regionale Apre Toscana (CRAT)

Confindustria Toscana

Consiglio Nazionale delle Ricerche – Area della Ricerca di Firenze (CNR)

Consiglio Nazionale delle Ricerche – Area della Ricerca di Pisa (CNR)

CNA Toscana

D'Appolonia S.p.A.

EGO

Europe Direct Firenze

Eurosportello

Istituto Nazionale di Fisica Nucleare Sezione Pisa (INFN Pisa)

Istituto Italiano di Scienze Umane (SUM)

Metropoli - Azienda speciale della Camera di Commercio di Firenze

INAF - Osservatorio Astrofisico di Arcetri

PIN S.c.r.l. Servizi didattici e scientifici per l'Università di Firenze –

Polo Universitario "Città di Prato"

Università per Stranieri di Siena

Università degli Studi di Firenze

Università degli Studi di Pisa

Università degli Studi di Siena

oggi il portale conta 2250 iscritti, 385 blog, 207 eventi informativi/formativi (tra organizzati e pubblicizzati), 381 oggetti multimediali pubblicati (di varie tipologie fra cui documenti, video, slide, etc.), 185 pagine web, 22 gruppi di utenti ed è anche lo spazio che ospita la piattaforma di MatchMaking. Dal 2011 ha inizio l'esperienza dei MatchMaking, nati come eventi per favorire l'incontro tra imprese e ricerca e tra le imprese stesse.

COME ACCELERARE FACENDO MATCHMAKING

Il MatchMaking è un evento d'incontro tra imprese ed organismi di ricerca con l'obiettivo di dare il via a collaborazioni innovative. Tutto avviene online sulla piattaforma di Apre Toscana, dove viene lanciato un evento e gli interessati si registrano inserendo il proprio profilo e fissando gli appuntamenti con i profili che sono interessati a conoscere personalmente. I partecipanti arrivano all'evento di MatchMaking con un'agenda di appuntamenti gestiti in modo autonomo, pronti per incontrare imprenditori e ri-

Tabella 1: Membri del Comitato Regionale Apre Toscana (CRAT).

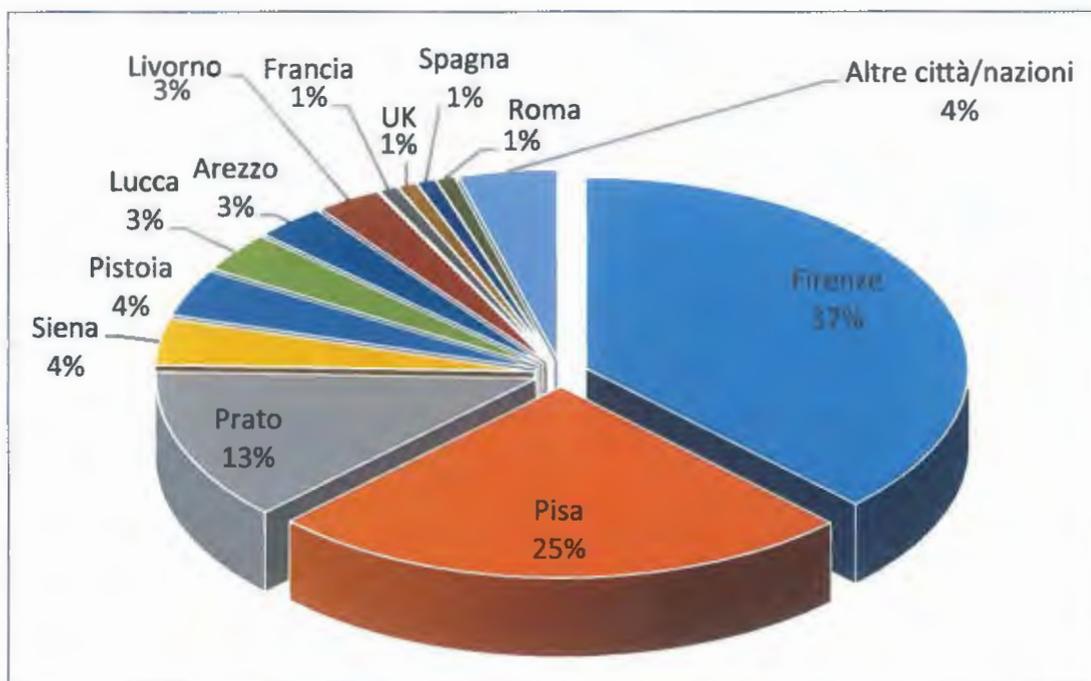


Fig. 1: Distribuzione Geografica dei Profili Azienda Laboratorio su ApreToscana.

cercatori precedentemente scelti.

L'organizzazione degli eventi nasce dalle sinergie dello Sportello Apre Toscana e la Fondazione per la Ricerca e l'Innovazione dell'Università di Firenze.

Generalmente viene scelta una tematica di riferimento, per esempio nella prima edizione del MatchMaking 2012, il tema scelto è stato "ICT e Robotica". Nelle edizioni successive sono state scelte tematiche più ampie nei settori ICT, meccanica, moda, logistica, trasporti, energie sostenibili. Quest'anno, in occasione dell'EXPO, è stato sperimentato il tema "Agrifood e Nutraceutica". L'evento può essere organizzato su una tematica specifica o su più temi rilevanti. L'efficacia del MatchMaking aumenta se organizzato in contemporanea o in previsione dell'uscita di un bando di finanziamento che richiede la creazione di reti tra imprese e ricerca, nell'ambito di eventi sull'innovazione che necessitano di interattività e in tutte le occasioni di animazione di territori e promozione della ricerca. Qualsiasi soggetto che si occupa e promuove l'innovazione ed offre servizi alle imprese e alla ricerca può organizzare eventi di MatchMaking: Associazioni di categoria, Poli d'Innovazione, Camere di Commercio, Poli Tecnologici, Pubbliche Amministrazioni, Aziende di Consulenza, Aziende di Promozione e altro possono sperimentarlo con i propri network. Oltre alla possibilità di organizzare autonomamente il proprio MatchMaking, questi enti possono inserire direttamente i profili delle imprese per poi delegarne la gestione ai diretti interessati, que-

sto per offrire un servizio e ottimizzare il tempo di imprenditori e ricercatori.

La formazione fa parte del pacchetto di MatchMaking, infatti per ogni edizione viene svolta una sessione di formazione esperienziale su come inserire il proprio profilo nella piattaforma e sulle buone pratiche di comunicazione da utilizzare durante gli incontri. Inoltre vengono organizzate sessioni di "formazione per organizzatori di MatchMaking" nei casi in cui un ente decida di gestire in modo autonomo un evento.

8 BUONI MOTIVI PER INVESTIRE IL PROPRIO TEMPO IN UN EVENTO MATCHMAKING

Il tempo è prezioso e nessun imprenditore o ricercatore è disposto ad impiegarlo senza la consapevolezza di stare facendo qualcosa di produttivo e concreto per il futuro della propria impresa. Ecco almeno otto buoni motivi che rendono fruttuosa la partecipazione ad un MatchMaking:

1. E' un'opportunità di incontrare aziende e gruppi di ricerca per confrontarsi sulla propria idea da sviluppare o problematica da risolvere. Infatti, se si ha in mente un'idea d'in-

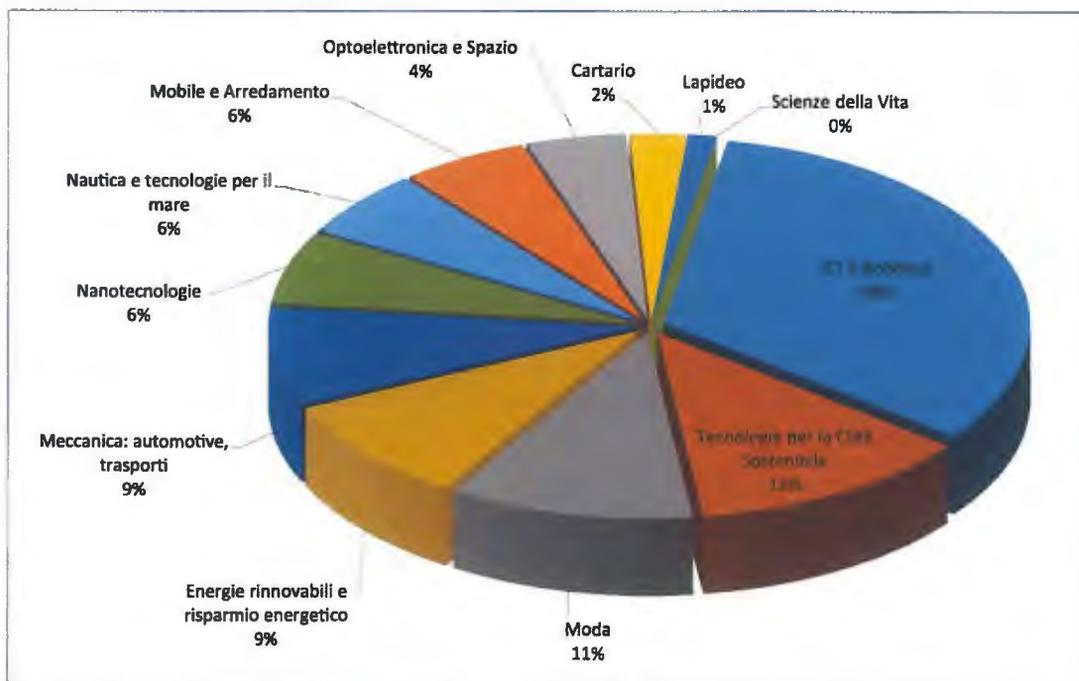


Fig. 2: Competenze di Imprese e Centri di Ricerca che partecipano alle attività di ApreToscana.

novazione, il MatchMaking è l'occasione per metterla in gioco, trovare degli stimoli, verificarla.

2. Capire il trend dell'innovazione. Infatti al MatchMaking partecipano molti soggetti interessati alla tematica dell'evento appartenenti al mondo della ricerca e dell'imprenditoria. E' una buona occasione per conoscere gli argomenti caldi del settore.
3. Ampliare la propria rete di relazioni e conoscere soggetti nuovi accuratamente scelti e selezionati dai profili pubblicati sulla piattaforma.
4. Conoscere bandi ed opportunità di finanziamento con la ricerca. Infatti il MatchMaking è organizzato da esperti in bandi di finanziamento regionali, nazionali ed europei sempre disponibili ad individuare un bando su misura per le idee progettuali messe in campo.
5. Confrontarsi con le aziende del territorio e cogliere i bisogni d'innovazione reali per direzionare le proprie ricerche. Ascoltare di più il territorio è fondamentale per creare progetti concreti.
6. Accelerare lo sviluppo delle proprie competenze di marketing, comuni-

cazione e promozione, competenze trasversali oggi sempre più necessarie. Infatti partecipare ad un evento di MatchMaking richiede una preparazione del materiale promozionale della propria realtà e di una sintetica presentazione delle proprie attività e competenze.

7. Incontrare più aziende e ricercatori in poco tempo. I singoli incontri hanno una durata limitata, tipicamente 30 minuti, tempo sufficiente per capire chi sono i soggetti che si vogliono incontrare nuovamente per approfondire la conoscenza in altre sedi.
8. Nascere collaborazioni tra ricerca/impresa e dare vita a progetti innovativi

ESPERIENZE E RISULTATI DAL 2011 AD OGGI

Ad oggi il portale ApreToscana conta 2250 iscritti, più di 500 profili di aziende e laboratori, 385 blog, 207 eventi informativi/formativi (tra organizzati e pubblicizzati), 381 oggetti multimediali pubblicati (tra slide, pdf, documenti, video, audio, immagini, foto, etc.), 185 pagine web, 22 gruppi di utenti e consente, come abbiamo descritto, di gestire eventi di MatchMaking. Gli eventi di MatchMaking organizzati hanno permesso al portale di raggiungere un maggior numero di iscritti che dai 250 del 2011 (anno di apertura in cui nessun evento era ancora stato creato) è passato ai 2250 del 2015. Inoltre le imprese e centri di ricerca hanno a disposizione una vetrina online sempre attiva, ovvero i

Profili di Aziende/Laboratori (PAL), la cui compilazione è necessaria per la partecipazione agli eventi di MatchMaking ma permane attiva sempre nel Portale. Degli oltre 500 PAL presenti sulla piattaforma, il 46% appartiene alla Ricerca, il 30% all'Industria e il 24% al settore della Consulenza. Per quanto riguarda la distribuzione Geografica, prevalentemente si tratta di PAL creati da aziende toscane, ma non mancano profili di partner internazionali provenienti da Egitto, Germania, Grecia, Spagna, Portogallo e Tunisia, anche grazie alla possibilità di gestire gli eventi e i profili in modalità multilingua (Fig. 1).

Dal 2011 ad oggi sono stati organizzati 6 eventi, per un totale di 874 colloqui effettuati che hanno portato alla nascita di collaborazioni e progetti comuni con una reale ricaduta sulle imprese. Le tematiche trattate nel corso degli anni ruotano sempre attorno all'ICT, ma spaziano comunque tra tutte le competenze presenti nei Distretti Tecnologici della Regione Toscana. Senza dubbio si trova una corrispondenza tra le tematiche trattate negli eventi e le competenze delle stesse Imprese e Centri di Ricerca che risultano in prevalenza ICT (33%), Tecnologie per la città sostenibile (13%), Moda (11%), Energia (9%), meccanica (9%), come si nota in Fig. 2.

L'Innovazione è alla base di ApreToscana che non solo promuove ma agisce: nel corso degli anni abbiamo sempre aggiornato le modalità di coinvolgimento delle persone ed i servizi offerti, riscontrando sempre più partecipazione e soddisfazione da parte di chi prende parte agli eventi e riceve informazioni e servizi.

Per fare questo, fondamentale è stato l'ascolto delle persone: il meccanismo di follow-up, sia quello in loco (tramite questionari e interviste) che quello on-line, ci ha permesso di capire quali sono stati i punti di forza e debolezza del portale ApreToscana nel corso degli anni, di comprendere le aspettative dei singoli per poterli poi supportare al meglio, come ad esempio dare la possibilità alle persone di disdire gli appuntamenti, ricevere notifiche via email ogni volta che si effettuano o ricevono le prenotazioni, e molto altro. Il sistema di follow-up online è strutturato in modo da permettere ad ogni partecipante agli eventi di MatchMaking di esprimere un'opinione in forma anonima relativamente ai colloqui effettuati (tramite le tipiche stelline di gradimento, da 1 a 5). Le valutazioni sono visibili nei dettagli solo a chi le ha effettuate e vengono usate dal sistema per valutare l'efficacia e l'attendibilità dei profili.

Dagli eventi del 2014 in poi è stata data la possibilità ai PAL di disdire i singoli colloqui ritenuti di

scarso rilievo, questo ha permesso di ridurre notevolmente la percentuale di non presentazione delle persone ai colloqui che nel 2015 è stata quasi azzerata grazie alla aggiunta di servizi quali: notifiche real time delle prenotazioni e dei rilasci; invio della Agenda riassuntiva con i match fissati (orario, nome azienda e persona con cui si deve parlare, etc.).

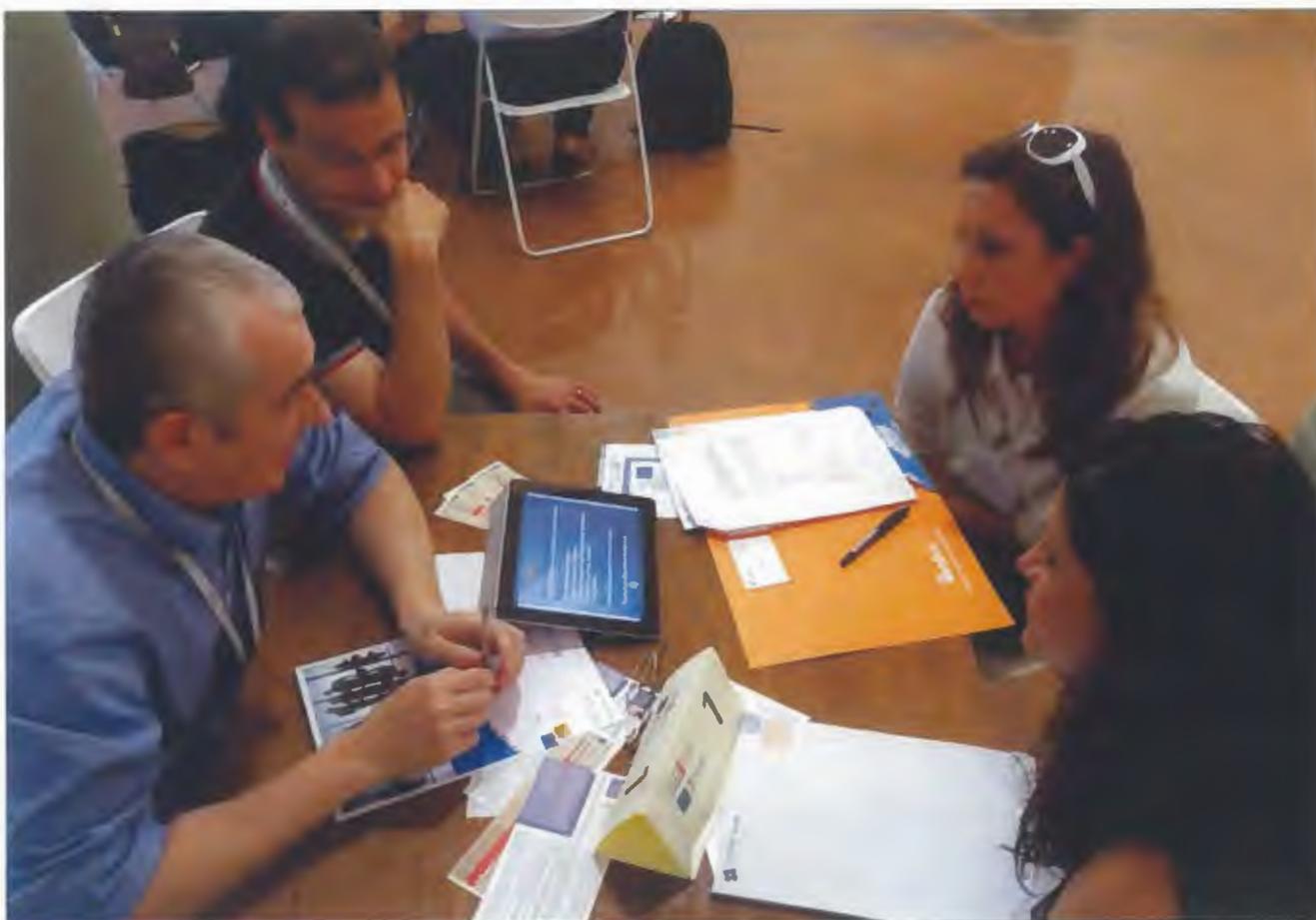
Nel 2015, per le ultime due edizioni, ApreToscana ha creato e messo a disposizione degli organizzatori degli stessi eventi, il **MatchMaking Maker**: un servizio per la gestione on-line di un evento di MatchMaking. Chi organizza e gestisce l'evento non è più necessariamente un tecnico e può pertanto decidere in autonomia numerosi dettagli tra cui: avere la possibilità di contattare i singoli rappresentanti dei PAL; promuovere i propri eventi sul portale; inviare raccomandazioni e suggerimenti mirati; decidere il calendario e l'orario degli eventi; stabilire se il sistema deve o meno inviare ai proprietari dei PAL notifiche per ogni prenotazione o disdetta effettuata; impostare l'Agenda con la sintesi degli appuntamenti da inviare a ciascun PAL una volta che le iscrizioni sono state chiuse e molto altro.

È importante notare che la partecipazione dei PAL agli eventi è proporzionale al tempo dedicato per organizzarli e che il numero delle prenotazioni effettuate dipende dall'orario messo a disposizione nelle varie giornate per gli incontri (ovvero dal numero massimo di colloqui possibili per ogni PAL durante un singolo evento), a sottolineare il fatto che il tempo concesso e dedicato alla preparazione e promozione degli eventi sono fondamentali per una buona riuscita.

CONCLUSIONI

Il mondo di oggi è in prevalenza improntato sul web. Si parla di e-Commerce, web marketing, web-conference, web meeting.

La reale innovazione sta nello sfruttare le tecnologie senza però dimenticare l'importanza del contatto reale con le



persone. ApreToscana ha messo a disposizione delle imprese e del mondo della ricerca la tecnologia e le proprie competenze come ausilio e supporto. Questi strumenti sono stati apprezzati e percepiti come un mezzo efficace per semplificare operazioni complesse e permettere ad Aziende e centri di Ricerca di concentrarsi su ciò che realmente conta per la loro crescita sul mercato: la comunicazione, il networking e la focalizzazione sulla conoscenza.

Grazie a questi strumenti ApreToscana ha assistito a un crescente successo e ha invogliato i singoli ricercatori, manager, tecnici a partecipare agli eventi sempre con maggiore interesse. Ovviamente questo non basta, la reale molla che invoglia le persone a partecipare sono i vantaggi che gli eventi di MatchMaking hanno prodotto: la possibilità di attivare successivi incontri per stimolare la

partecipazione a progetti in sinergia o per attingere a competenze complementari.

BIBLIOGRAFIA

1. "Le tendenze innovative della media e piccola imprenditoria italiana" - focus PMI 2014, Fondazione Unioncamere. Ricerca realizzata da un gruppo di lavoro dell'Istituto G. Tagliacarne coordinato da Corrado Martone (Responsabile Studi Settori Economici e PMI).
2. P. Bellini, I. Bruno, P. Nesi, M. Paolucci. "Institutional Services and Tools for Content, Metadata and IPR Management", accepted for publication on International Journal on Software Engineering and Knowledge Engineering, World Scientific Publishing Company, 2014.
3. P. Bellini, D. Cenni, P. Nesi, "Optimization of Information Retrieval for Cross Media contents in a Best Practice Network", International Journal Multimedia Information Retrieval, 10-04-2014. http://link.springer.com/article/10.1007/s13735-014-0058-8?sa_campaign=email/event/articleAuthor/onlineFirst DOI: 10.1007/s13735-014-0058-8 ■