



CHI SIAMO

Contatti



UNIONE EUROPEA

Fondi strutturali e di investimento europei

ECONERRE
 ECONOMIA EMILIA-ROMAGNA

Cerca ...

MENU

Home > News > Società e Territorio > Fattore R quarta edizione del Forum dell'Economia della Romagna

FOCUS

PRIMO PIANO

SCENARI

SETTORI

SOCIETÀ E TERRITORIO

STORIE DI IMPRESE

Fattore R quarta edizione del Forum dell'Economia della Romagna

Scritto da *Thomas Foschini* il 20 Ottobre 2020.

Presentato il Piano di accelerazione per il Paese e l'economia della Romagna. Priorità, investire su infrastrutture digitali, nuove competenze e modalità di relazione al mercato ed al consumo. Sullo sfondo, la caduta dei fatturati causa Covid, con il Turismo che rischia di chiudere l'anno sotto del 50%

di **Thomas Foschini**

Un buon 5,4% dell'economia romagnola è andato in fumo causa Covid. Un dato superiore alla media nazionale ma – anche – alla media regionale, ferma, si fa per dire, a un tondo meno 5%. Analisi, strategie e best practice per guardare oltre questo 2020 – con un pizzico di ironia e ottimismo di fondo, essenza della “romagnolità” – hanno caratterizzato la **quarta edizione di Fattore R, il Forum dell'Economia della Romagna** organizzato da Cesena Fiera, EY, Confindustria Romagna e Bper Banca, con il supporto della Camera di Commercio della Romagna.

L'analisi

Parte di un'indagine più ampia – che ha coinvolto 107 Province e 100mila



Agenda

 2
0
O
T
T

Crisi d'impresa e OCRI. Lo stato dell'arte post Covid-19

Sede di Forlì Camera di commercio della Romagna e web

ARCHIVIO



Eventi

 1
4
O
T
T

Al via il Festival della Cultura Tecnica

Emilia-Romagna tutte le province fino al 19 dicembre

ARCHIVIO

Seguici sui social

@EconerreUCER
@econerreonline
Econerre

Temi Ricorrenti

I leader del futuro

Le opportunità ci sono: costruire ecosistemi aperti, dare spazio alla sharing economy, reperire e formare nuove competenze. Non solo ingegneri – certamente più ingegneri che avvocati, fa notare **Alberto Calcagno** di Fastweb – ma più in generale talenti interdisciplinari capaci di muoversi con grande agilità tra competenze tecniche digitali e nuove dinamiche relazionali.

Due le strategie in campo. Per prima cosa, ha osservato **Donato Iacovone**, presidente di WeBuild, cominciando a pagare i neoassunti in modo adeguato rispetto ai loro colleghi europei (appena 1.300 euro per un giovane ingegnere italiano, oltre 2.500 per il collega tedesco), ma soprattutto offrendo loro una prospettiva. *“Non è solo il fattore economico ad essere determinante per attrarre talenti – ha precisato Iacovone – ma il fatto di poter pensare a un percorso di carriera e crescita in azienda”.*

Come formare i leader del futuro: questo il tema al centro della seconda parte della mattinata che ha visto una nutrita tavola rotonda, da **Giuseppe Costa**, presidente del Gruppo Costa, a **Fabio Porcellini**, ceo di Native, da **Claudio Schiavoni**, di Imesa, a **Matteo Storchi** e **Tomaso Tarozzi**, ai vertici rispettivamente di Comer Industries e Bucci Industries. A tirare le fila, **Brunello Cucinelli**, “mister cashmere” e imprenditore di fama mondiale.

“L’impresa del futuro deve avere al centro l’uomo”, ha osservato Cucinelli, rimarcando un concetto al centro da anni della propria visione di azienda. Uno che di giovani se ne intende, Cucinelli, avendo avuto il coraggio di programmare l’avvicendamento al vertice della propria stessa impresa, lasciando spazio alla nuova generazione dei quarantenni.

Tra gli spunti emersi dall’incontro, proseguito con una ulteriore tavola rotonda che ha riunito **Bruno Biagi**, vicepresidente del Gruppo Villa Maria, **Francesco Fattori** di Casa Optima Mec3 e **Lauro Giovannini**, alla direzione generale del Gruppo Cevico, la necessità di reperire sul mercato le nuove competenze digitali anche in settori apparentemente lontani dal “virtuale”.

Stimolante l’esperienza di Optima Lab, che vende servizi di gelateria e pasticceria “accompagnandoli sempre di più con una nuova esperienza digitale del prodotto”, ha spiegato Fattori. Il gelato su Instagram, si potrebbe sintetizzare. Un percorso simile per il mondo del vino che, ha aggiunto Giovannini, “vede la sfida di attrarre gli importatori qui in Romagna, e di reperire personale sempre più attrezzato per dialogare in tempo reale con i nuovi strumenti del marketing”.

Competenze cercate, agognate, ma che non è sempre facile reperire sul mercato. Ecco perché, ha dichiarato in chiusura **Vincenzo Colla**, assessore regionale allo Sviluppo economico, Green economy, Formazione e Lavoro, occorre insistere sul sistema della formazione come chiave strategica, accanto allo sviluppo delle infrastrutture digitali.

“Fare demografia – ha osservato Colla, tirando le fila dei precedenti interventi – significa ridurre la precarietà, attrarre talenti, costruire percorsi di carriera. Come Regione Emilia-Romagna stiamo lavorando nell’immediato per favorire percorsi di innovazione e crescita delle