



Analisi delle competenze manageriali per l'Industrial cultural heritage & brand identity

SCENARIO DI RIFERIMENTO

Il progetto si situa nel contesto del sistema di Piccole e Medie Imprese Venete e tocca l'ambito tematico dell'Heritage Marketing Management, quale terreno di sostanziale convergenza fra arte, cultura, turismo, sviluppo produttivo e managerialità.

L'identità delle aziende venete, dei territori e della loro rappresentazione nel tempo, infatti, è passata e passa anche dalla peculiare impronta manageriale che li connota e che deve trovare possibilità di continuo aggiornamento considerando le evoluzioni dei contesti di riferimento e in primis i mercati di sbocco.

In particolare, negli ultimi anni, molte PMI venete hanno intrapreso percorsi di valorizzazione della propria storia e tradizione attraverso la realizzazione di musei d'impresa, atelier aziendali e investimenti su archivi digitali il cui pieno sfruttamento come asset strategico comporta una chiara definizione di obiettivi e competenze manageriali.

TARGET

La proposta intende accompagnare un panel di 30 manager di altrettante PMI iscritte a Fondirigenti in un processo di ricerca-azione finalizzato a valorizzare l'industrial heritage e la brand identity del Made in Veneto.

OBIETTIVI

L'obiettivo prioritario è razionalizzare e, attraverso metodologie innovative, sperimentare il trasferimento di un insieme di competenze manageriali connesse a visioni, saperi e conoscenze che rendano i manager consapevoli e operativi nella costruzione di piani/azioni relativi all' "Industrial heritage" e alla "brand identity".

ATTIVITÀ CORE

- 1) Analisi ragionata e clusterizzazione che si estenderà a coprire le diverse forme di valorizzazione del patrimonio aziendale attualmente attivate nelle aziende mantenendo al centro il concetto di "museo d'impresa", inteso come massima espressione formale della valorizzazione del patrimonio aziendale.
- 2) SWOT Analysis per evidenziare i punti di forza e di debolezza, le minacce da contenere e le opportunità da cogliere per puntare sulla musealizzazione aziendale quale leva strategica della competitività e della valorizzazione dei brand veneti.
- 3) Definizione e formalizzazione delle competenze emergenti di matrice:
 - strategico-manageriale, che verranno sviluppate attraverso la realizzazione di 2 edizioni di n. 3 workshop finalizzati alla modellizzazione dei musei aziendali attraverso simulazioni di business design, all'heritage marketing management e al business management per la gestione efficace ed efficiente dei Musei/Atelier aziendali
 - artistico-culturale, che verranno sviluppate attraverso la realizzazione di 2



edizioni di n. 3 laboratori che integrano cultura e linguaggi manageriali attraverso il ricorso all'arte letteraria, visiva e teatrale per ispirare qualità comportamentali di creatività, efficacia comunicativa e relazionale del manager, vero e proprio regista delle permanent exhibition aziendali.

Il complesso delle attività descritte verrà illustrato e dettagliatamente formalizzato in un Rapporto di ricerca e replicabilità dei risultati.

Trasversalmente verrà condotta un'attività di diffusione dei risultati e di relativa reportistica che sfrutterà le nuove tecnologie digitali e i canali social per veicolare al grande pubblico i risultati del progetto

RISULTATI

- 1) Un programma articolato di workshop di confronto sulle competenze relative ai seguenti temi:
 - Il progetto Museo d'impresa: dalla valutazione degli investimenti al Business Model Generation
 - Cost Management: dalla stima previsionale alla gestione strategica di un progetto di Museo/Atelier d'impresa
 - Heritage Marketing: il patrimonio storico come strumento strategico per l'azienda
- 2) Un programma di Laboratori con format creativo quali:
 - Laboratorio di scrittura creativa
 - Laboratorio di arti visive
 - Laboratorio teatrale
- 3) Progettazione e realizzazione in formato digitale e cartaceo del Rapporto di ricerca e replicabilità dei risultati contenente l'evidenza delle azioni svolte, la razionalizzazione delle visioni, competenze e saperi sviluppate nei workshop e nei laboratori creativi, l'evidenza delle metodologie utilizzate per l'upgrading manageriale per l'attivazione di azioni di Brand Identity e Industrial Marketing Heritage.
- 4) Un Portale web
- 5) Tre Newsletter elettroniche
- 6) Una Campagna social
- 7) Un evento di lancio dal titolo "Industrial Heritage e Brand Identity per la competitività del made in veneto"
- 8) Un evento finale di diffusione dei risultati dal titolo "Heritage Telling: i musei d'impresa come spazi espositivi diffusi del made in veneto"
- 9) un itinerario gamificato personalizzato per rappresentare la rete dei musei d'impresa veneti mappati nella ricerca, quali industrial heritage diffuso, dove i singoli poli di exhibition fungono da nodi neurali di un sistema di interconnessioni e stratificazioni culturali, produttive e territoriali.
- 10) un Infotainment TV Programme dal titolo "In.tra: la Musealità aziendale tra Innovazione e Tradizione" dedicato ai tre laboratori, quali propulsori di nuovi linguaggi e comportamenti manageriali "art-inspired", capaci di permeare i Musei/Atelier d'impresa di contenuti, valori estetici, etici e culturali in grado di potenziarne l'attrattività anche attraverso il ricorso a tecnologie e arti digitali immersive, narrative, espositive e grafiche per costruire un ponte tra passato e futuro di una tradizione produttiva che si fa bene culturale.

