

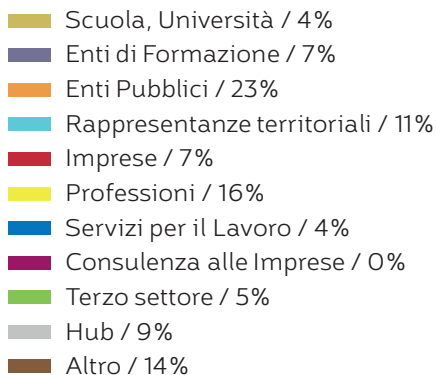
TAPPA 4 / MANFREDONIA (Fg)

6 dicembre 2021

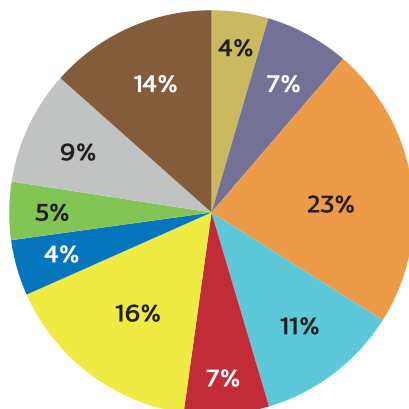
SMART LAB – LUC Laboratorio Urbano Culturale “Peppino Impastato”

N. partecipanti / **44**

La composizione dei partecipanti per categoria di appartenenza:



Provenienza partecipanti / **100% area di riferimento (Provincia di Foggia)**



Temi trattati ai tavoli di lavoro:

- Creatività, cultura e welfare
- Digitale, start up e sistema universitario
- Global e local

Gli **argomenti emersi** dal confronto nei vari tavoli tematici, sono stati:

• Creatività, cultura e welfare

È emersa la necessità di una pianificazione delle risorse della formazione in ambito multisetoriale che riesca a mettere insieme competenze diverse a servizio di settori complessi, oltre che l'esigenza di ideare la formazione in ambito di *management* culturale e ampliamento dei limiti di età delle politiche attive del lavoro;

• Digitale, start up e sistema universitario

In considerazione delle connessioni tra il sistema universitario, quello delle imprese e della formazione per il lavoro, è emersa la necessità di creare un laboratorio permanente (*living lab*) che possa, periodicamente, tenere vive le relazioni umane e professionali tramite la creazione di un database integrato di proposte a disposizione dello sviluppo del territorio. Per quanto concerne le Start Up, la grande criticità emersa è la capacità di assumere nuove risorse specializzate alla luce del maggior rischio imprenditoriale;

• Global e local

Da questo tavolo si è appreso come la globalizzazione rappresenti certamente un processo di democratizzazione del fare impresa, ma il tessuto delle micro e piccole aziende paga ancora il gap della mancanza di cultura, di formazione e di strumenti *ad hoc* per intercettare i finanziamenti necessari alla crescita e per creare reti di relazioni utili alla commercializzazione. In tal senso si denota la mancanza di agevolazioni economiche ed amministrative per il ricambio generazionale e la mancanza di cultura di imprenditoria in filiera, come dimostra l'assenza di un sistema di comunicazione forte e riconoscibile anche la creazione di un brand che abbia un obiettivo comune.