

figure non presenti in azienda, 7 per migliorare i rapporti con l'Università e 5 per inserire figure di alto profilo.

In quest'ottica, il progetto EPI può essere considerato come un progetto di sviluppo locale, in quanto ha avuto l'obiettivo di promuovere lo sviluppo del territorio inteso come insieme di soggetti pubblici e privati che cooperano per favorire il benessere sociale: Università, Imprese e Giovani, hanno dialogato al fine di migliorare l'offerta universitaria, rendendola più competitiva e aderente ai bisogni del tessuto produttivo e socio-economico di appartenenza.

Le aziende coinvolte intravedevano nel progetto la possibilità di avviare una relazione fiduciaria con l'Università al fine di sostenere i loro processi di sviluppo attraverso un giovane formato ad hoc, all'interno di un percorso strutturato. I settori di riferimento sono: edilizia, consulenza, agro-alimentare, meccanica e trasporti. Si è trattato per la maggior parte di imprese di piccole-medie dimensioni:

- 13 aziende con 1-5 dipendenti;
- 2 aziende con 6-10;
- 1 azienda con 11;
- 4 aziende con 16-50 dipendenti;
- 3 aziende con 50-250.

Tutte le aziende hanno partecipato attivamente alla progettazione ed alla definizione della figura professionale dell'esperto dei processi innovativi, condividendo con i ricercatori/consulenti il fabbisogno formativo, gli obiettivi di progetto e le modalità di trasferimento delle competenze specifiche. Esse hanno sottolineato l'utilità della figura dell'esperto di processi di innovazione organizzativa e, in alcuni casi, hanno contribuito alla formazione dei partecipanti attraverso l'accompagnamento alla sperimentazione di processi di innovazione previsti dal percorso formativo. È emerso che le competenze professionali maggiormente richieste erano legate alle capacità di promozione e di diffusione delle attività imprenditoriali specifiche.

Le imprese hanno espresso la necessità di avvalersi di laureati in grado di gestire i rapporti con i clienti, di fornire loro assistenza, consulenza e servizi, in un'ottica di ascolto dei bisogni del cliente, di auto-imprenditorialità e di responsabilità, introducendo comportamenti innovativi nelle politiche aziendali, volti allo sviluppo di un maggior dialogo sociale anche con gli altri attori del territorio pubblici e privati.