

**Padova economia**

# AzzurroDigitale, la startup che guida le imprese al 4.0

Un format di 5 giorni e quaranta ore totali con confronto di idee ed esperienze  
Pasqualetto: «Contaminazione interaziendale per trovare soluzioni innovative»

► PADOVA

Durerà fino al prossimo aprile l'ambizioso progetto "Design Thinking meets Industry4.0", ideato e condotto da AzzurroDigitale, startup padovana specializzata nella consulenza strategica per la trasformazione digitale delle imprese. La mission è quella di introdurre l'applicazione delle teorie del *design thinking* – un innovativo modello di gestione aziendale, usato per la risoluzione di problemi complessi – al contesto dell'Industria 4.0 tramite il coinvolgimento di dieci aziende d'eccellenza venete.

A turno ognuna di queste ospiterà una volta al mese una "learning week" di cinque giorni e quaranta ore totali, che si tradurrà in un addestramento in cui le risorse interne delle dieci aziende prima vengono formate da esperti del settore e poi lavorando divisi in team interaziendali affronteranno due sfide progettuali, definite "design challenge", lanciate dall'azienda ospitante. «In questo modo si crea una contaminazione interaziendale, fornendo

alle imprese nuove soluzioni innovative e alle loro risorse nuove competenze sull'ambito Industry 4.0, una nuova frontiera con cui tutte le aziende dovranno prima o poi confrontarsi per rimanere competitive nel mercato globale» spiega il co-fondatore di Azzurro Digitale Carlo Pasqualetto. «Il design thinking è un'innovativa ma consolidata metodologia organizzativa ideata dagli studiosi di Stanford che permette grazie alla multidisciplinarietà e al pensiero creativo utilizzato dai desi-

gner di avere un nuovo approccio ai problemi delle aziende e siamo contenti di poter contaminare grandi aziende venete con questa nuova visione». La prima ad aver ospitato con soddisfazione il progetto è stata Stiga, azienda di Castelfranco Veneto leader nella produzione di apparecchiature per la cura del giardino domestico e con oltre mezzo miliardo di fatturato, la quale ha proposto una sfida sulla strategia di produzione e una legata all'utilizzo dei dati provenienti dall'utente per innovare il modello di business: «Siamo convinti che questo sia l'approccio giusto per fare innovazione» racconta Maurizio Spini, responsabile Formazione e sviluppo delle risorse umane di Stiga. «Abbiamo apprezzato la contaminazione tra aziende e professionalità diverse, ma anche la multidisciplinarietà delle lezioni e degli interventi. Abbiamo ricevuto un contributo importante e tutte le soluzioni proposte in risposta alle nostre design challenge ci hanno dato contenuti importanti».

**Luca Perin**

