

Le finalità del Club

Le finalità del Club

Le finalità del Club

Creazione di valore
percepibile dal Socio

Creazione di valore
percepibile dalla comunità
professionale ICT

Creazione di valore
percepibile dagli altri
attori economici e sociali

Creazione di valore
percepibile dal Socio

Creazione di valore
percepibile dal Socio

Creazione di valore
percepibile dalla comunità
professionale ICT

Creazione di valore
percepibile dagli altri
attori economici e sociali

Le finalità del Club

- ***I cambiamenti e le sfide-un po' di storia***
 - ◆ ***I Club sono nati e si sono sviluppati intorno alla figura del Responsabile dell'Informatica e dei Sistemi Informativi di grandi aziende privilegiando valori come la crescita professionale e lo scambio di esperienze tra Soci. Consolidare il proprio ruolo, capire meglio la tecnologia, essere più preparati verso l'acquisto di hardware e software, capire i trend esterni sono stati i temi dominanti. E' emblematico di questo periodo il dibattito sulla ammissibilità nei Club dei professionisti dell'offerta o sul ruolo della dirigenza***
 - ◆ ***I Club hanno perciò vissuto un primo periodo molto focalizzato all'interno della professione, al dibattito sul ruolo all'interno delle proprie organizzazioni, al confronto tra esperienze di addetti ai lavori***

1



Le finalità del Club

Le finalità del Club

Le finalità del Club

Creazione di valore percepibile dal Socio

Creazione di valore percepibile dalla comunità professionale ICT

Creazione di valore percepibile dagli altri attori economici e sociali

Creazione di valore percepibile dal Socio

Creazione di valore percepibile dal Socio

Creazione di valore percepibile dalla comunità professionale ICT

Creazione di valore percepibile dagli altri attori economici e sociali

Le finalità del Club

- ***I cambiamenti e le sfide – le novità***
 - ◆ *In tempi più recenti sia i Club sia la Federazione hanno avviato programmi per coinvolgere altre funzioni aziendali, persone ed organizzazioni esterne nel campo politico, sociale, dell'Istruzione. Il libro bianco sull'Informatica, le iniziative verso l'Università, l'apertura dei Club verso i "giovani" sono segni di questa nuova fase di sviluppo*
 - ◆ *Si sono aperti nuovi fronti e nuove sfide: l'allargamento della popolazione interessata alle tecnologie, le innovazioni spinte da Internet e dalla telefonia mobile, gli enormi investimenti nella larga banda, la carenza di risorse professionali competenti a fronte di una offerta di lavoro con tassi di crescita a due cifre. La comunità professionale si è allargata ed i suoi confini non sono più facilmente definibili*

2



Le finalità del Club

Le finalità del Club

Le finalità del Club

Creazione di valore percepibile dal Socio

Creazione di valore percepibile dalla comunità professionale ICT

Creazione di valore percepibile dagli altri attori economici e sociali

Creazione di valore percepibile dal Socio

Creazione di valore percepibile dal Socio

Creazione di valore percepibile dalla comunità professionale ICT

Creazione di valore percepibile dagli altri attori economici e sociali

Le finalità del Club

- ***I cambiamenti e le sfide – le nuove finalità***
 - ◆ ***Abbiamo ragionato su due fronti: quello del nuovo profilo del Socio e quello della creazione di valore in tre direzioni: il Socio, la comunità professionale e gli altri "mondi" che usano le tecnologie***
 - ◆ ***Abbiamo cercato di integrare le attuali linee guida dei diversi Club, rappresentate sia dagli statuti sia dai programmi di attività***
 - ◆ ***Le finalità sono proposte attraverso "affermazioni" commentate.***

3



Le finalità del Club

Le finalità del Club

Le finalità del Club

Creazione di valore percepibile dal Socio

Creazione di valore percepibile dalla comunità professionale ICT

Creazione di valore percepibile dagli altri attori economici e sociali

Creazione di valore percepibile dal Socio

Creazione di valore percepibile dal Socio

Creazione di valore percepibile dalla comunità professionale ICT

Creazione di valore percepibile dagli altri attori economici e sociali

Creazione di valore percepibile dal Socio

- *La crescita professionale dei Soci attraverso la diffusione di nuove conoscenze e l'apprendimento di nuove competenze*
- *La collaborazione tra Soci in relazione alla loro attività professionale*
- *La visibilità del Socio all'interno ed all'esterno della comunità professionale*

4



Le finalità del Club

Le finalità del Club

Le finalità del Club

Creazione di valore
percepibile dal Socio

**Creazione di valore
percepibile dalla comunità
professionale ICT**

Creazione di valore
percepibile dagli altri
attori economici e sociali

Creazione di valore
percepibile dal Socio

Creazione di valore
percepibile dal Socio

Creazione di valore
percepibile dalla comunità
professionale ICT

Creazione di valore
percepibile dagli altri
attori economici e sociali

Creazione di valore percepibile dalla comunità professionale ICT

- ***I Club e la federazione FIDA diventano "Centri di competenza ICT" in un contesto regionale e nazionale e sono consultati dai "decisori" del territorio***
- ***I Club e la federazione FIDA favoriscono l'aggregazione ed il riconoscimento di una comunità professionale ICT di alto profilo a livello regionale e nazionale***
- ***I Club e la Federazione favoriscono la creazione di una comunità professionale ICT "aperta" di cui vengano a far parte manager privati e pubblici, imprenditori, ricercatori, opinion leader, "decisori" delle Istituzioni che per ruolo e professione si riconoscono nella comunità professionale ICT***

5



Le finalità del Club

Le finalità del Club

Le finalità del Club

Creazione di valore
percepibile dal Socio

Creazione di valore
percepibile dalla comunità
professionale ICT

**Creazione di valore
percepibile dagli altri
attori economici e sociali**

Creazione di valore
percepibile dal Socio

Creazione di valore
percepibile dal Socio

Creazione di valore
percepibile dalla comunità
professionale ICT

Creazione di valore
percepibile dagli altri
attori economici e sociali

Creazione di valore percepibile dagli altri attori economici e sociali

- ***Essere una voce professionale autorevole nei confronti delle Istituzioni sui temi riguardanti la tecnologia dell'informazione e della comunicazione ed il suo utilizzo***
- ***Diventare un interlocutore di rilievo delle Istituzioni per lo sviluppo di efficaci politiche - Paese nel dominio ICT***
- ***Proporre alle forze economiche, politiche e sociali, al mondo della cultura e dell'informazione le proprie riflessioni e proposte sulle trasformazioni indotte dalla "società della conoscenza e dell'informazione"***
- ***Promuovere l'adesione dei giovani ai Club per offrire loro una finestra sul mondo del lavoro, delle professionalità e delle imprese***
- ***Partecipare a programmi per la modernizzazione della P.A. e per lo sviluppo della PMI e della microimpresa, attraverso l'uso appropriato delle ICT***

6



Le finalità del Club

Le finalità del Club

Le finalità del Club

Creazione di valore percepibile dal Socio

Creazione di valore percepibile dalla comunità professionale ICT

Creazione di valore percepibile dagli altri attori economici e sociali

Creazione di valore percepibile dal Socio

Creazione di valore percepibile dal Socio

Creazione di valore percepibile dalla comunità professionale ICT

Creazione di valore percepibile dagli altri attori economici e sociali

Creazione di valore percepibile dal Socio

- **La crescita professionale dei Soci attraverso la diffusione di nuove conoscenze e l'apprendimento di nuove competenze**
- **La collaborazione tra Soci in relazione alla loro attività professionale**

Come?

- **accesso a informazioni qualificate sulle tecnologie dell'informazione e della comunicazione: scenari evolutivi, tecnologie emergenti, aspetti economici e sociali**
- **iniziative di informazione e formazione per i Soci**
- **"visibilità" sugli sviluppi innovativi degli altri Soci**
- **Iniziative di integrazione del sistema dell'Istruzione (Scuole superiori, Università, centri di ricerca) con il mondo dell'industria e dei servizi**
- **cooperazioni interaziendali nel campo dell'innovazione e della sperimentazione**
- **Esplorazioni e studi delle diverse interpretazioni ed evoluzioni della funzione di information management nell'azienda**

7



Le finalità del Club

Le finalità del Club

Le finalità del Club

Creazione di valore
percepibile dal Socio

Creazione di valore
percepibile dalla comunità
professionale ICT

Creazione di valore
percepibile dagli altri
attori economici e sociali

Creazione di valore
percepibile dal Socio

**Creazione di valore
percepibile dal Socio**

Creazione di valore
percepibile dalla comunità
professionale ICT

Creazione di valore
percepibile dagli altri
attori economici e sociali

Creazione di valore percepibile dal Socio

- **La visibilità del Socio
all'interno ed
all'esterno della
comunità
professionale**

Come?

- La partecipazione ai gruppi di lavoro ed alle diverse attività relazionali del Club e di Fida permettono al Socio di migliorare la propria visibilità e di aumentare le opportunità di crescita

8



Le finalità del Club

Le finalità del Club

Le finalità del Club

Creazione di valore percepibile dal Socio

Creazione di valore percepibile dalla comunità professionale ICT

Creazione di valore percepibile dagli altri attori economici e sociali

Creazione di valore percepibile dal Socio

Creazione di valore percepibile dal Socio

Creazione di valore percepibile dalla comunità professionale ICT

Creazione di valore percepibile dagli altri attori economici e sociali

Creazione di valore percepibile dalla comunità professionale ICT

- **"Centri di competenza ICT" consultati dai "decisori" del territorio**
- **"l'aggregazione ed il riconoscimento di una comunità professionale ICT di alto profilo a livello regionale e nazionale"**
- **la creazione di una comunità professionale ICT "aperta"**

Come?

- Partecipando a specifici progetti del territorio con coinvolgimento di soci competenti
- Ideando progetti utili al territorio, stimolando esperienze innovative nei contenuti e nei metodi
- organizzando il dibattito e le proposte sui problemi della professione ICT
- stimolando l'accesso a esperienze internazionali
- utilizzando i propri media– la Rivista ed i Web-per comunicare con la comunità professionale e gli "stakeholders" in generale

9



Le finalità del Club

Le finalità del Club

Le finalità del Club

Creazione di valore percepibile dal Socio

Creazione di valore percepibile dalla comunità professionale ICT

Creazione di valore percepibile dagli altri attori economici e sociali

Creazione di valore percepibile dal Socio

Creazione di valore percepibile dal Socio

Creazione di valore percepibile dalla comunità professionale ICT

Creazione di valore percepibile dagli altri attori economici e sociali

Creazione di valore percepibile dagli altri attori economici e sociali

- Essere voce professionale autorevole nei confronti delle Istituzioni
- Essere interlocutore di rilievo delle Istituzioni per lo sviluppo di efficaci politiche - Paese nel dominio ICT
- Promuovere l'adesione dei giovani ai Club per offrire loro una finestra sul mondo del lavoro, delle professionalità e delle imprese
- Partecipare a programmi per la modernizzazione della P.A. e per lo sviluppo della PMI e della microimpresa

Come?

- Presenza attiva nelle sedi istituzionali regionali e nazionali di consultazione, mettendo a disposizione l'insieme delle conoscenze/esperienze dei Soci
- Sostegno a progetti ICT diretti alle PMI ed alla microimpresa
- Collaborazione in progetti con i formatori istituzionali per l'alfabetizzazione ed i curricula
- Organizzazione di Convegni, seminari e dibattiti sui temi dello sviluppo legato alle nuove tecnologie coinvolgendo tutti gli attori
- Comunicazione, attraverso la Rivista ed i siti Web, delle riflessioni e proposte sviluppate

10

