

Formazione. Dall'esperienza della Motorvalley a quelle campane su hi tech e food crescono i corsi aziendali che formano gli esperti del made in Italy

«Academy» per i cadetti del capitale umano

PAROLA CHIAVE

Corporate Academy

Formazione in azienda

Una entità educativa che è progettata per promuovere l'apprendimento e la conoscenza individuali e dell'intera organizzazione aziendale. Diversa dalla università in senso stretto: l'università tradizionale garantisce corsi di laurea a tutti i soggetti interessati oltre a condurre ricerche scientifiche originali. Al contrario, l'università aziendale limita la formazione a specifiche categorie di soggetti (clienti, fornitori, dipendenti). Si sostiene che la definizione di "academy" sia più ampia di quella di "university", nel senso che la "Corporate University" è legata alla grande azienda, mentre l'Academy, è accessibile ad un pubblico più ampio.

Vera Viola

La formazione acquista più valore diventando strategica per l'impresa che si riorganizza e inventa nuove forme e metodi per accrescere il proprio capitale umano. Un cambiamento registrato dal nuovo Rapporto sul settore curato da Assoknowledge, l'Associazione italiana dell'Education di Confindustria Servizi Innovativi e Tecnologici che ha censito nel 2017 ben 43 academy italiane, in aumento rispetto alle 35 del 2015. Nel 2016 lo stesso Rapporto collocava l'Italia se-

conda in Europa, dopo la Germania con 51 e quasi alla pari della Francia che ne contava 39. Ma, numeri a parte, il Rapporto 2018 – che sarà presentato in autunno – rileva una grande trasformazione qualitativa in atto.

Spiega il presidente di Assoknowledge, Laura Deiting: «Siamo impegnati nella promozione di iniziative che, in un sistema di rete, adottino nuove modalità di education. A settembre avvieremo un nuovo laboratorio, intitolato "Education for business" che già coinvolge quattro grandi imprese come Telecom, Poste, Eni ed Enel». Si pensa non più a una formazione in aula con docente in cattedra, ma a un confronto tra imprenditori, manager o tecnici impegnati nelle stesse sfide.

«Il nuovo Rapporto – anticipa il curatore dello studio, professor Giuseppe Cappelletto dell'Università di Bologna – rivela che la generazione di nuova conoscenza segue le stesse dinamiche della realizzazione dei prodotti industriali, con mansioni e reparti definiti».

Il modello Motorvalley

Attira esperti e studiosi anche francesi e tedeschi ed è modello esportato persino nello Stato dell'Indiana, l'esperienza della Motorvalley emiliana che Assoknowledge sta provando a replicare per l'agroalimentare campano. «L'iniziativa in Emilia – racconta Alessandro Sciolari, dg di Assoknowledge – si deve all'intuito di Andrea Pontremoli ex numero uno di Ibm Italia che, approdato in Dallara, leader mondiale nella produzione di scocche per auto da corsa, una decina di anni fa, si batte al fine di fare rete con le altre imprese del settore e

dell'area per creare un polo di eccellenza a Fornovo». Nasce il Polo Tecnico Professionale per la meccanica-materiali compositi, e tra le sue iniziative si annovera la Motorvehicle University of Emilia-Romagna (Muner) nata da un accordo tra le università e le case motoristiche che rappresentano l'eccellenza del Made in Italy nel mondo e che affondano le radici storiche nel territorio: Lamborghini, Dallara, Ducati, Ferrari, Haas F1, HPE, Magneti Marelli, Maserati, Pagani e Toro Rosso. Muner ha avviato due lauree internazionali, suddivise in sei percorsi specialistici. «L'obiettivo è attrarre nella regione – spiega Filippo Di Gregorio, human resources Director di Dallara – i migliori studenti universitari di tutto il mondo».

La replica nel Sannio

Assoknowledge ha promosso la replica in Campania per il comparto agroalimentare. Nasce a Pietralcina, l'"Education hub Campania agroalimentare", per iniziativa anche di Confindustria Campania e Benevento. Ad oggi sono partiti i tavoli con gli imprenditori che coinvolgono imprese come Nestlé, Mataluni, Strega, Pastificio Di Martino, La Doria, Cantine di Solopaca, La Fortezza,



l'industria delle conserve vegetali, i produttori di vini e liquori e altro. Michele Farese, esperto di formazione è delegato da Assoknowledge a curare le relazioni sul territorio. «Le imprese hanno una forte esigenza di qualità del prodotto e qualificazione del personale. Per questo motivo abbiamo pensato di trasferire l'esperienza di Fornovo in Campania: il progetto è piaciuto molto anche agli emiliani». Continua Farese: «Alla base del piano la convinzione che l'education nasca soprattutto dall'incontro tra diverse esperienze».

Impresa e università

Il rapporto tra imprese e università è centrale nella formazione aziendale. «Le corporate academy di un tempo – ricostruisce Francesco Izzo, docente del Dipartimento di Economia dell'Università della Campania Luigi Vanvitelli – nascevano quasi sempre in opposizione alla formazione universitaria, ritenuta inadeguata alle esigenze mutevoli

dell'impresa. Oggi in molti casi i due soggetti dialogano, anzi i format più interessanti nascono in seno all'ateneo. In questo modo è anche possibile dividere i costi fra imprese e Atenei».

Il Campus della Federico II

È il caso Napoli. Nel campus di San Giovanni a Teduccio della Federico II, dopo lo sbarco della Apple Academy, sono state inaugurate quelle di Cisco, Deloitte e un mese fa delle Fs. Per Apple quella partenopea è l'unica Accademia europea in cui forma giovani sviluppatori di app con un metodo che si fonda su sfide. Tra gli allievi del 2017 la metà ha trovato lavoro. Per Digita si è chiuso in questi giorni il primo anno accademico con 46 giovani con diploma. «Le iniziative napoletane spiega il direttore di Digita, Antonio Pescapè – nascono dalla consapevolezza da parte delle aziende che il luogo in cui fare formazione è accanto all'università. Nell'ateneo si fa formazione di ti-

po tradizionale, nelle accademie per corsi di specializzazione».

Grandi imprese che fanno da sé

La più nota delle Corporate University italiane è la "Eni Corporate University" (ECU), costituita nel 2001, ma non si possono dimenticare l'Università del Caffè di Illy, fondata nel 1999, quelle di Technogym, Mediolanum, Ferrero, Hera. Ha invece solo due anni di vita la Tim Academy, avviata nel 2016 dopo un paio di anni di progettazione. Questa nasce dalla necessità dell'azienda di aggiornare e cambiare le competenze per affrontare sfide strategiche. Nuova anche l'iniziativa della Fondazione Manin intelligenti di Valenza per formare mille orafi in tre anni. «L'education – conclude Sciolari – diventa una funzione che produce e partecipa alla ricchezza. Ha un budget, e se ne misurano i risultati economici».

RIPRODUZIONE RISERVATA

IL SISTEMA IN CIFRE

43

Le Academy italiane

Tutte quelle censite con il Rapporto curato da Assoknowledge, associazione nazionale dell'Education nell'ambito di Confindustria Servizi Innovativi. Il numero è in crescita rispetto al 2015, quando se ne contavano 35. L'Italia occupava il secondo posto tra i Paesi europei, poiché segue la Germania che ne contava 51, ma è poco più avanti della Francia che contava 39 academy

67%

Nate dopo il 2005

Per lo più la Corporate University è di recente costituzione, molte infatti sono nate dopo il 2005. Ciò lascia intendere che sin negli anni della crisi seguita al 2008 le imprese di maggiori dimensioni hanno avvertito l'esigenza di investire in formazione e innovazione, poiché si poteva già immaginare che alla fine del periodo di recessione sarebbero cambiate tecniche di produzione e i prodotti stessi

75%

Occupati

La percentuale di giovani che ha trovato lavoro nei tre mesi successivi alla fine dei Corsi per Disegnatore meccanico e per Tecnologo di prodotto e di processo (con 120 assunzioni l'anno per corso) indetti dal Sistema educativo integrato della Motorvalley emiliana. Lo stesso sistema ha avviato 300 progetti formativi con istituti superiori e università, due lauree internazionali e una laurea specialistica

650

Diplomati

I giovani che hanno già completato la formazione presso le Academy insediate nel polo universitario di San Giovanni a Teduccio (Napoli) che fa capo alla Università Federico II. Sono quattro ad oggi le Accademie attive, tra cui quelle di Apple, Cisco, Deloitte e Fs. Ma altre ne sono in arrivo. Il polo consente una intensa iterazione tra mondo delle imprese e ateneo oltre che con centri di ricerca che pure vi si sono localizzati



L'università del Caffè Illy. Nata nel 1999 a Napoli, è stata poi trasferita nel quartier generale di Trieste e vuole essere un centro di eccellenza e innovazione per promuovere la cultura dell'espresso di qualità su scala mondiale