



Un grande impegno per la formazione

DANIELE PASCUCCI

Da molto tempo il confronto sulle soluzioni più idonee per mettere a fattor comune conoscenza e approfondimento fra scuola e imprese si svolge senza trovare soluzioni complessive e adeguate. Le aziende nel frattempo utilizzano propri strumenti specifici sia nei riguardi degli studenti sia verso i neoassunti o, in generale, verso i propri dipendenti. Abbiamo raccolto qui le esperienze di alcune importanti società

Il dibattito sulla necessità di avere un corretto e proficuo rapporto fra enti formativi/scuole e imprese sul terreno della formazione finalizzata all'ingresso nel mondo produttivo va avanti da diverso tempo. Spesso e volentieri rimanendo però circoscritto al solo piano teorico.

La formazione, in ogni caso, rappresenta un aspetto centrale nella vita di un'impresa. Quindi per approfondire queste tematiche abbiamo interpellato alcuni esponenti di importanti aziende che si impegnano su questo

Foto Autodesk



campo raccogliendo le loro opinioni e facendoci raccontare quali siano le loro esperienze e con che risorse e strumenti affrontano il problema.

Conoscere e far conoscere

La formazione è da sempre considerata in Autodesk un aspetto fondamentale, afferma Emanuel Arnaboldi, country leader Autodesk Italia, che sottolinea come la sua azienda sia in prima linea da diversi anni rispetto a questo tema, con un impegno costante che si articola su più fronti. "Collaboriamo e supportiamo scuole e istituzioni in tutto il mondo - dice - con offerte specifiche, programmi di apprendimento, training, curriculum di sviluppo e risorse disponibili e abbiamo anche un portale dedicato (www.autodesk.com/education-emea). L'Autodesk Education Community (www.autodesk.com/edcommunity) rappresenta invece l'impegno tangibile della nostra com-



Da sempre la formazione è considerata in Autodesk un aspetto fondamentale, dice EMANUEL ARNABOLDI, country leader Autodesk Italia, che sottolinea come la sua azienda sia in prima linea da diversi anni rispetto a questo tema, con un impegno costante che si articola su più fronti. "Collaboriamo e supportiamo scuole e istituzioni in tutto il mondo - afferma - con offerte specifiche, programmi di apprendimento, training, curriculum di sviluppo e risorse disponibili e abbiamo anche un portale dedicato (www.autodesk.com/education-emea)".



"Abbiamo avviato da anni - spiega MATTEO CERUTTI, marketing & key account manager factory automation division - Mitsubishi Electric Europe B.V. - una serie di attività formative in collaborazione con scuole e atenei che hanno risposto e rispondono molto positivamente e con entusiasmo alle nostre proposte. Siamo orgogliosi di poter dire che in tutti gli incontri ai quali siamo stati presenti, abbiamo riscontrato un interesse molto alto da parte degli studenti che hanno interagito con noi in maniera attiva e stimolante".



"La vocazione di Lenze a porsi come azienda vicino alle 'solution to users' porta il mondo universitario ad avere un ruolo significativo nella comunicazione, uscendo così dalle logiche tradizionali per rispondere alle necessità del mercato di incontrare soluzioni concrete - afferma GIUSEPPE TESTA, sales director di Lenze Italia - le università devono essere sempre più vicine al mondo industriale, ma le aziende devono essere 'il motore' di questa collaborazione".



Foto Pneumax

I PROTAGONISTI



“L’impegno delle aziende per formare le nuove leve è un’opportunità per portare avanti una visione di crescita personale e professionale dei giovani, lo sviluppo del modello d’impresa e l’arricchimento del territorio in cui essa opera - afferma RENZO LIBENZI, general manager Loccioni - ad esempio è indubbio che lavorando bene fin dal periodo universitario si possono risolvere alcune necessità legate all’occupazione giovanile e creare eccellenze educative”. (foto Monaldi).



CLAUDIO TADINI, responsabile ricerca e sviluppo elettronica Pneumax e LUCIANO ZAGHIS, responsabile area didattica Pneumax (in foto con gli occhiali), parlano di un’azienda tesa a rafforzare il rapporto con la scuola che, sempre più spesso, richiede una presenza diretta di personale aziendale capace di trasmettere agli studenti le esperienze e le problematiche del mondo del lavoro. Coinvolgere le aziende nella scelta del percorso formativo è diventata un’urgenza.

pagnia a supportare studenti e docenti di tutto il mondo. Gli iscritti hanno infatti la possibilità di scaricare gratuitamente diversi software Autodesk, accedere a risorse di formazione di alto livello, condividere i progetti con i propri colleghi su scala mondiale e visionare offerte di stage e lavoro in campo architettonico, ingegneristico e nelle arti digitali. Nel 2012 l’Autodesk Education ha fornito l’accesso a 66 milioni di studenti e insegnanti per più di 176mila scuole in tutto il mondo”.

Teoria e pratica

Matteo Cerutti, marketing & key account manager factory automation division - Mitsubishi Electric Europe B.V. - sottolinea come, nell’esperienza della sua azienda, l’approccio alla formazione non sia solo di teoria ma anche pratica. “Abbiamo avviato da anni - spiega - una serie di attività formative in collaborazione con scuole e atenei che hanno risposto e rispondono molto positivamente e con entusiasmo alle nostre proposte. Siamo orgogliosi di poter dire che in tutti gli incontri ai quali siamo stati presenti, abbiamo riscontrato un interesse molto alto da parte degli studenti che hanno interagito con noi in maniera attiva e stimolante.

Questo dimostra un bisogno reale e concreto di contatto con la realtà del mondo del lavoro che ci conferma

ancora di più l’importanza di continuare questo percorso formativo e informativo che continueremo anche nel 2014. Siamo, infatti, sempre più convinti che sia fondamentale l’applicazione concreta dei concetti appresi nello studio delle varie discipline tecniche attraverso il coinvolgimento di aziende come la nostra che possono offrire sia prodotti e soluzioni sia corsi di formazione”.

Per mettere a fuoco il problema, Giuseppe Testa, sales director di Lenze Italia, ricorre ad alcune interessanti citazioni: “Enrico Letta, il nostro presidente del consiglio, parla di ‘un incubo nazionale, ma anche una grande sfida europea’, per definire il fenomeno della disoccupazione giovanile contro cui i governi dell’Unione Europea hanno tutti più o meno fallito dall’inizio della crisi. E ancora - prosegue citando Testa - ‘sappiamo fin troppo bene che il destino dell’Europa si decide in base alle prospettive che offriamo ai giovani’: questa frase è della cancelliera tedesca Angela Merkel. E faccio una terza e ultima citazione che è la seguente: ‘Sei milioni di disoccupati in Europa sono troppi, dobbiamo garantire una mobilitazione all’altezza della scommessa’, in questo caso si tratta del presidente francese Francois Hollande, che ha recentemente ospitato all’Eliseo il secondo vertice europeo per l’occupazione giovanile.

Questi i problemi più gravi che la nostra società si trova ad affrontare e le cui soluzioni si concretizzano solamente se centri di studio e università trovano il modo di unire le forze nella collaborazione con le aziende. Il nostro Paese sta perdendo non solo talenti, ma anche importanti centri produttivi e di progettazione perché altrove la sinergia tra azienda e mondo della formazione funziona”.

Creare lavoro

Per Renzo Libenzi, general manager Loccioni: “Lo scopo più alto da perseguire per chi decide di fare l’imprenditore è creare lavoro. Se al centro dell’attenzione si mettono il lavoro, il mercato e soprattutto le persone, l’impresa diventa bene comune e patrimonio della collettività. In questo modello d’impresa i giovani sono una risorsa di entusiasmo e di conoscenza sulla quale investire. L’impegno delle aziende per formare le nuove leve è un’opportunità per portare avanti questa visione: la crescita personale e professionale dei giovani, lo sviluppo del modello d’impresa e l’arricchimento del territorio in cui essa opera. Ad esempio è indubbio che lavorando bene fin dal periodo universitario si possono risolvere alcune necessità legate all’occupazione giovanile e creare eccellenze educative”.

Secondo Claudio Tadini, responsa-



Foto Mitsubishi



Foto Lenze

bile ricerca e sviluppo elettronica Pneumax, la possibilità di entrare nel mondo del lavoro, non solo in quello strettamente produttivo, è da sempre legata alla capacità di poter svolgere una particolare attività. "Questa capacità - spiega Tadini - che può essere condensata nel concetto di 'saper fare', è la base per la valutazione di qualsiasi candidato. La situazione odierna vede delle persone con titoli di studio professionali o professionalizzanti che non sono per nulla autonome nello svolgere una particolare attività. A questo si aggiunge la formazione scolastica riferita a tecnologie, metodologie e processi datati, non attuali. Secondo noi questo è sintomo della distanza tra scuola e mondo del lavoro. Gli strumenti per risolvere almeno in parte questa situazione sono princi-

palmente tre: coinvolgere le aziende nella scelta del percorso formativo (in modo da focalizzare l'attenzione sulle attività più diffuse e più recenti); prevedere attività di stage in azienda (in modo da poter fornire le competenze specifiche durante il periodo di studio); introdurre lo studio delle normative tecniche più recenti (in modo da essere aggiornati)".

Sviluppare le competenze

Nonostante la situazione, come abbiamo visto fin qui, sia aperta e problematica è evidente che le aziende devono in ogni caso avere degli strumenti che permettano loro di fare formazione, al di là di quella che può essere l'offerta del sistema scolastico. In questa seconda parte dell'articolo, abbiamo chiesto ai nostri interlocutori di raccontarci quali strumenti le

rispettive imprese abbiano messo in campo per affrontare il discorso formativo.

"La formazione e lo sviluppo del dipendente all'interno della nostra azienda fa parte di un processo continuativo che prevede dei check point annuali, le cosiddette 'performance review', attraverso le quali vengono valutati i risultati, le competenze e le aree di miglioramento del dipendente - dice Emanuel Arnaboldi - alle varie fasi di valutazione si arriva dopo un percorso personale continuativo che ogni dipendente gestisce attraverso un portale interno dedicato alla formazione, denominato Autodesk employee learning central (ELC). Ogni dipendente insieme col proprio manager definisce un piano di sviluppo basato su un curriculum di training predefiniti e non. Sul portale è possibile trovare l'indicazione dei training obbligatori o facoltativi che si differenziano anche sulla base degli anni di lavoro raggiunti in Autodesk e sulle competenze specifiche che si desidera sviluppare. Alcuni training sono on-line on demand, altri si svolgono in classi virtuali e altri in classi fisiche. Abbiamo inoltre un sito interno dal quale possiamo accedere on-line a training erogati da Harvard Manage Mentor (<http://www.harvardbusiness.org/harvard-management>)".

L'esperienza di Mitsubishi Electric nelle parole di Matteo Cerutti: "Da anni affrontiamo il tema formazione con grande impegno attraverso un programma intenso e articolato rivolto da un lato ai clienti, dall'altro agli atenei italiani con lo scopo di contribuire fortemente allo sviluppo di una proficua relazione tra il mondo del lavoro e quello della formazione. Per noi è di fondamentale importanza trasferire informazioni complete e dettagliate per consentirne un utilizzo appropriato a tutti i livelli. Per quanto

Foto Loccioni



riguarda la formazione all'esterno, da diversi mesi abbiamo iniziato un percorso di incontri sia in collaborazione con Anipla (Associazione italiana di automazione) sia con istituti tecnici e università sul territorio nazionale, come il Politecnico di Milano, al fine di avvicinare i giovani diplomandi e laureandi al mondo dell'automazione industriale. Sempre con il Politecnico ('Career Service') organizziamo anche eventi di employer branding dedicati ai futuri laureati per aiutarli a meglio orientare le proprie scelte sia durante gli studi sia nella fase di ingresso nel mondo del lavoro".

Integrazione dei giovani

Giuseppe Testa spiega come formazione e integrazione dei giovani siano due temi molto cari alla sua società: "In questa direzione vanno collocate le iniziative che Lenze Italia ha sviluppato assieme ai clienti e alle università. Durante queste esperienze abbiamo maturato le seguenti riflessioni: tasselli complementari dello sviluppo nel mondo dell'automazione industriale sono la ricerca e l'innovazione, nel cui ambito il mondo accademico gioca un ruolo fondamentale. La vocazione di Lenze Italia a porsi come azienda vicino alle 'solution to users' porta il mondo universitario ad avere un ruolo significativo nella comunicazione, uscen-

do così dalle logiche tradizionali per rispondere alle necessità del mercato di incontrare soluzioni concrete. Le università devono essere sempre più vicine al mondo industriale, ma le aziende devono essere 'il motore' di questa collaborazione".

Secondo Luciano Zaghis, responsabile area didattica Pneumax, le esperienze di questi ultimi anni hanno indotto la sua azienda a rafforzare il rapporto con il mondo della scuola che, sempre più spesso, richiede una presenza diretta di personale aziendale capace di trasmettere agli studenti le esperienze e le problematiche del mondo del lavoro. "Le risorse che l'azienda mette sul piatto per questo tipo di attività - aggiunge Zaghis - sono sostanzialmente il proprio personale con il know-how e le attrezzature che di volta in volta vengono ritenute necessari per ottenere lo scopo. Ci aspettiamo, come azienda, che la scuola autonomamente riesca a dare una buona cultura di base in modo che gli interventi dell'impresa, in proprio o negli istituti, facilitino il processo di specializzazione teorico e pratico. Sappiamo perfettamente quali sono le risorse che la scuola ha a disposizione ed è per questo motivo che offriamo le nostre prestazioni senza alcun compenso".

Opportunità formative

Come esempio di intervento della

propria azienda sul tema, Renzo Libenzi illustra il progetto Grow On Loccioni (GOL). "Il progetto GOL - spiega - nasce all'interno del laboratorio di 'business marketing', creato nel 2005 per volontà di Gian Luca Gregori, preside della facoltà di Economia dell'Università Politecnica delle Marche e dal Gruppo Loccioni per offrire agli studenti nuove opportunità formative come project work, corsi di studio sul marketing B2B, progetti di tesi e dottorati di ricerca. L'ultima edizione coinvolge venti studenti selezionati da università e impresa e si divide in tre macro attività: formazione, project work e coaching individuale. I partecipanti sono coinvolti in cinque incontri formativi con responsabili dell'impresa, consulenti e professionisti su tematiche che spaziano dalla formazione manageriale al project management sino alla progettazione e alla business innovation. Il project work invece, vede gli studenti divisi in due gruppi, uno composto dai laureandi in Economia, Scienze Agrarie e Scienze della Vita e dell'Ambiente per lo sviluppo del business plan di LOV, il progetto Loccioni dedicato alla valorizzazione del territorio, mentre l'altro gruppo con i laureandi di Ingegneria si impegna nella realizzazione di un progetto di supporto alla ricerca e sviluppo".