



ASSOLOMBARDA

Talento e formazione L'essenza delle Academy aziendali

Mercoledì 3 luglio 2024

Assolombarda | Sala Meregalli

www.assolombarda.it

www.genioeimpresa.it





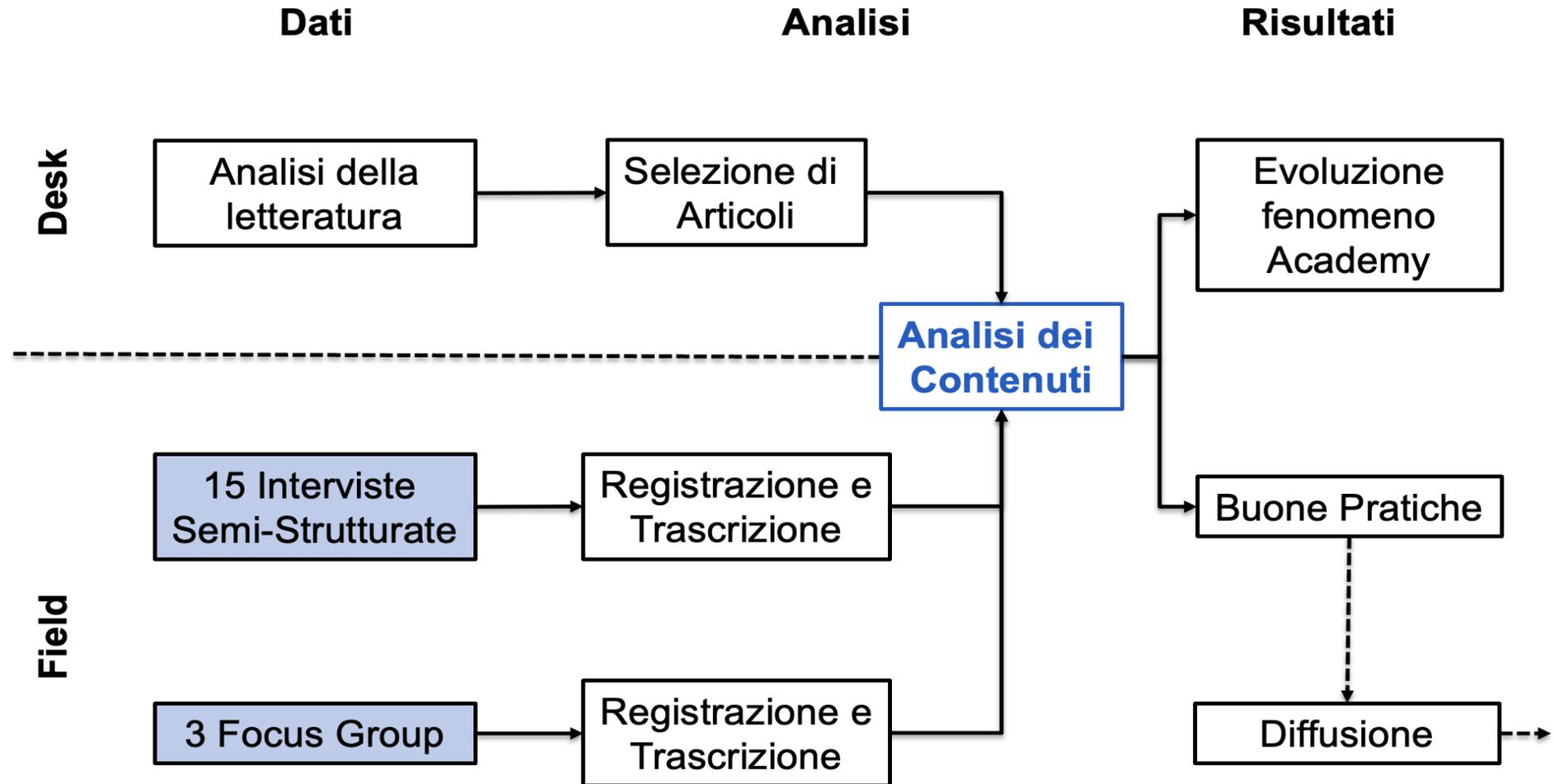
Obiettivi conoscitivi

- Tracciare un quadro dello **stato dell'arte** relativo alle **'Academy aziendali'** ricostruendone origini, finalità e traiettorie evolutive in corso
- Identificarne le **caratteristiche** strutturali e i **processi** di funzionamento
- Comprendere i meccanismi di raccordo e collaborazione con la **filiera dell'istruzione** superiore e della **formazione continua**
- Identificare il ruolo che esse giocano a livello di **politiche attive del lavoro** anche dal punto di vista della certificazione delle competenze acquisite
- Individuare potenziali **'buone pratiche'** da diffondere all'interno delle filiere e dei territori di riferimento del sistema associativo



ASSOLOMBARDA

Disegno della ricerca: un approccio qualitativo





Gli studi di caso

Accenture

Accor

Agrati

Bosch

Coca-Cola

Dompè

Fanuc

Fastweb

Gruppo CAL Logica Job

ITP

NTT Data

Pirelli

Rold

Sirti

Zucchetti



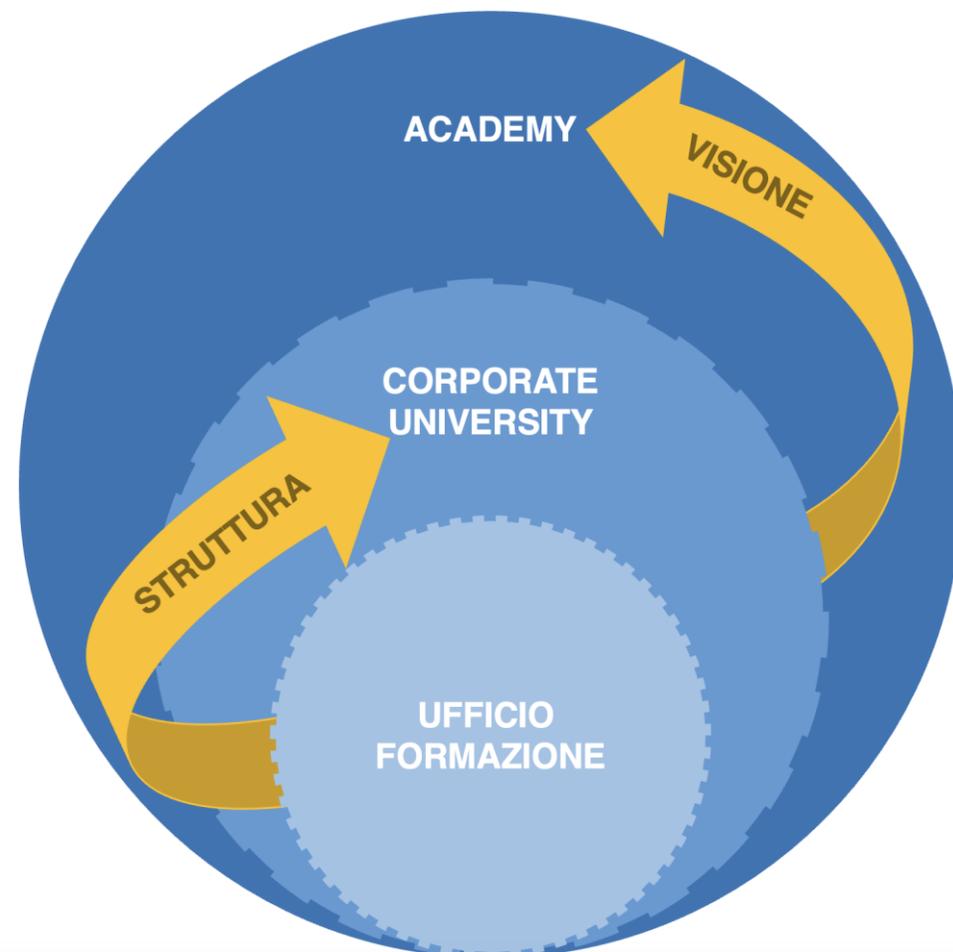
ASSOLOMBARDA

Cos'è una Academy

‘**Contenitore terminologico**’ ampio entro cui si trovano **forme molto diverse**, da singoli progetti e percorsi a vere e proprie ‘scuole d’impresa’



Molto di più di un ‘ufficio formazione’ e qualcosa di progressivamente diverso dalle **Corporate University** di inizio millennio (tecnologia, networking, logica di ‘business unit’, pluralità di target), con **una missione più ampia, più inclusivo all’interno e più articolato verso stakeholder e attori esterni**





ASSOLOMBARDA

Academy come contenitore terminologico ampio



Micro → Macro

Un singolo e
specifico
programma
formativo

Micro → Macro

Un'etichetta
usata per
una
determinata
categoria di
proposte
formative

L'**intera**
offerta di
formazione,
sviluppo
professionale
e crescita
personale
messa a
disposizione
dall'azienda



ASSOLOMBARDA

Evoluzione della
funzione e del valore
della

FORMAZIONE

(non più solo
acquisizione di
conoscenze e
competenze)



per **le persone**

- una leva chiave per consolidare la propria **employability**
- un tassello chiave in una prospettiva di **total reward**
- un contributo alla cura del **benessere personale**

per **le aziende**

- contribuisce **all'attrazione dei talenti**
- uno strumento di **engagement e retention** dei collaboratori
- sviluppo di intelligenza collettiva e knowledge sharing a sostegno della **capacità di innovazione**

per **la società**

- supporto all'**integrazione lavorativa** e all'**inclusione sociale** dei segmenti fragili
- **allargamento** del mercato del lavoro
- **orientamento** dei giovani



Attrarre e formare le persone che ci servono

- Leva strategica per gestire i **problemi quantitativi e qualitativi di ‘skill shortage’**
- **Allargamento dei bacini** di provenienza in termini di background disciplinari (andare oltre le materie STEM, aprirsi anche verso quelle umanistiche) e di genere
- Asse portante delle **politiche di *Employer Branding & Talent Acquisition*** («L’Academy è una dichiarazione d’intenti») con focus accentuato nella ricerca di sintonia con la *Gen Z* -> Proposta di **un accompagnamento continuativo nel tempo**, in un percorso di sviluppo professionale e non solo
- Spazio di **orientamento in fase di ingresso** o addirittura di **preingresso**: un confronto preliminare con elementi **tecnici e culturali**



Scuole interne, sviluppo ed engagement

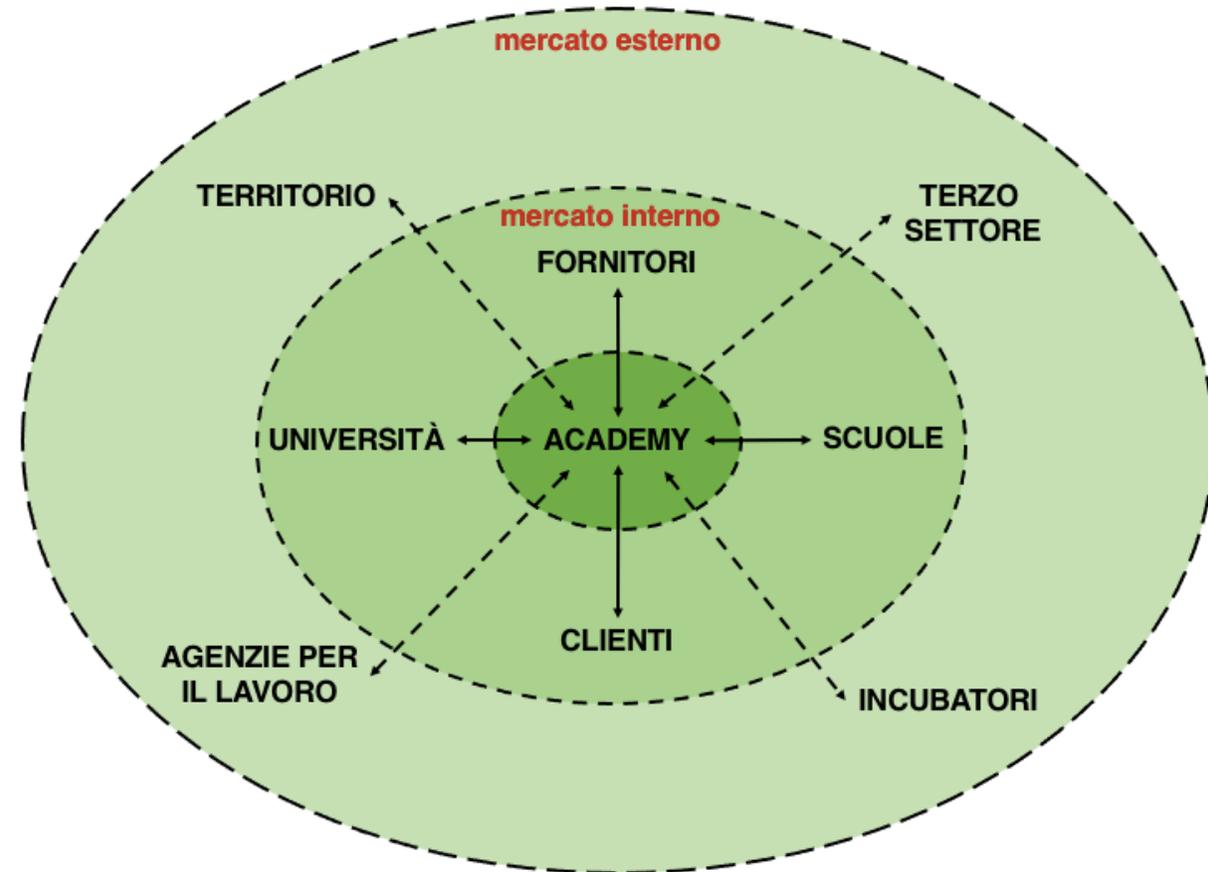
- Centro di **sistematizzazione e condivisione della conoscenza aziendale** (*knowledge sharing*)
 - Luogo di progettazione e realizzazione di proposte formative attraverso **Faculty interne**
 - Veicolo di per **valori ed elementi culturali distintivi**
 - **Hub fisico e virtuale di opportunità di apprendimento** (con offerte sia libere che guidate e crescente spinta verso l'autosviluppo)
 - Leva di sviluppo di una **base sempre più ampia di 'intelligenza collettiva'** a sostegno dei processi di **cambiamento e innovazione**
 - Attore responsabile del **Lifelong Learning**, in uno scambio trasparente tra valore prodotto ed *employability*
- ✓ **crescita** di talenti interni (*upskilling, reskilling*)
 - ✓ **adattamento continuo** e allineamento del '*person-organization fit*' tecnico-professionale e culturale
 - ✓ Tassello chiave della **EVP** (*Employee Value Proposition*) e della costruzione di ambienti di lavoro orientati alla persona ('*human academy*')



ASSOLOMBARDA

Un attore a tutto campo

- **Partnership con clienti intermedi e finali** (integrazione del prodotto con il servizio) e **fornitori** (integrazione standard di filiera e crescita ecosistema)
- Collaborazione stretta con **filiera dell'istruzione** con una logica di **risalita a monte** (Università, ITS, scuole superiori e professionali...)
- Contributo fattivo alle **politiche attive** del lavoro tramite **riqualificazione** su competenze tradizionali ed emergenti sui target fragili (ad esempio, Neet, rifugiati, giovani)
- Sistema di presidio delle **attività di CSR** e di costruzione della **reputazione del brand** (territori, stakeholder)

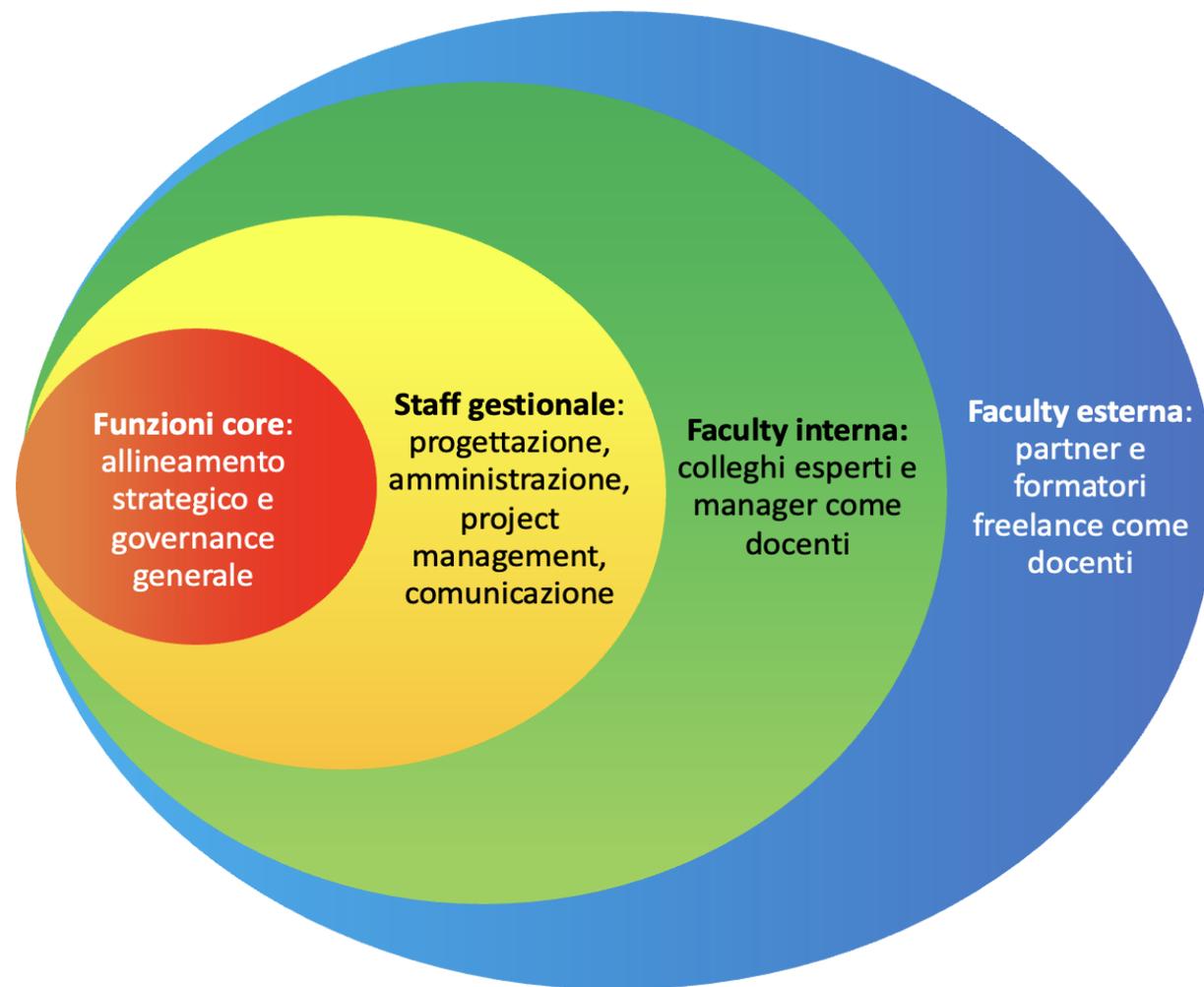




Struttura operativa

Emerge uno **schema 'a cipolla'**

- Primo livello: *governance*, raccordo con il Vertice, linee strategiche
- Secondo livello: gestori amministrativi, progettisti, coordinatori di progetti e account su clienti interni/esterni
- Terzo livello: community dei formatori interni
- Quarto livello: partner/formatori freelance esterni





ASSOLOMBARDA

Certificazioni

LIVELLO MINIMO



Attestato di
partecipazione interno

LIVELLO MASSIMO



Certificazioni
standard esterne

IN MEZZO

Si iniziano ad utilizzare forme certificative trasversali tipo **Open Badge**

Tensione verso la creazione di **percorsi formativi ibridi** con Università
(rilascio **CFU**)



ASSOLOMBARDA



clicca la figura per scaricare
il Report di Ricerca

(PDF, 121 pagine)

