

FORMAZIONE

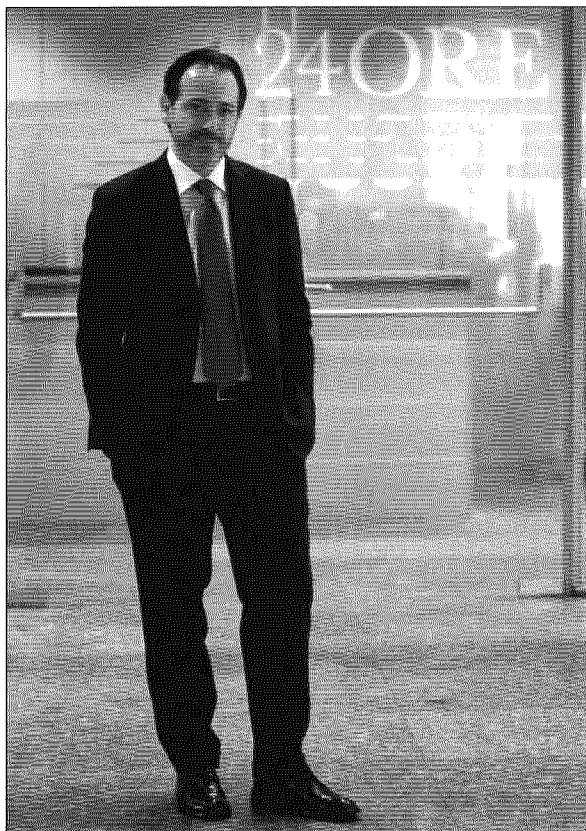
Verso il digitale e oltre

La Business School del *Sole 24 Ore* amplia l'offerta di master e punta alla piccola e media impresa con percorsi ad hoc: tecnologia, e-commerce e uso dei social per espandersi anche all'estero

"Sì, il 2016 è un anno ricco di fermenti per noi. Assieme all'attività consolidata della Business School, ci sono sviluppi in molte direzioni: nel digitale, nell'e-learning, nell'alternanza tra scuola e lavoro, nell'industria 4.0. Più che mai, l'attività di educazione e formazione del Gruppo 24 Ore è un cantiere aperto". Maurizio Milan, direttore generale del dipartimento Educazione del *Sole 24 Ore*, dopo un'esperienza importante in Vodafone (era il responsabile delle risorse umane) e la creazione della Digital Accademia di H-Farm, comunica energia ed entusiasmo. I risultati economici gli danno ragione: nel 2015 i ricavi dell'area Formazione ed eventi sono arrivati a quota 33 milioni di euro, con un incremento del 14,2% rispetto al 2014, e l'ebitda è stato di 5,2 milioni di euro, con una crescita del 61,7% rispetto all'esercizio precedente.

Pilastro portante dell'offerta educativa del Gruppo 24 Ore è la Business School. "Il nostro biglietto da visita? Ventidue anni di attività, 500 percorsi attivi all'anno, la totalità degli allievi collocati in stage - la nostra formula didattica prevede da quattro a otto mesi di formazione in aula e quattro mesi all'interno di un'azienda - e circa il 95% degli allievi assunti al termine del percorso formativo. Aggiungerei che la nostra è una scuola in perenne evoluzione, che aggiorna costantemente contenuti e paradigmi, che all'eccellenza teorica aggiunge la capacità di sapersi immergere nell'economia reale del Paese. Abbiamo docenti prestigiosi e possiamo vantare il bonus straordinario del *Sole 24 Ore*, dei suoi giornalisti e dei suoi esperti, di quell'immensa e inestimabile banca dati che è il Gruppo 24 Ore".

Vediamola da vicino allora, la Business School. Che alle aree tematiche tradizionali (agricoltura, amministrazione, finanza e controllo, commerciale, vendita e retail, diritto e legale, edilizia e appalti, finanza e mercati, fisco, gestione e strategia d'impresa, risorse umane, lavoro e previdenza, management e sviluppo manageriale, marketing e comunicazione) ha aggiunto nel tempo settori nuovi, come energia, ambiente e sicurezza, lusso, pubblica amministrazione, sanità, pharma e biomed, food and beverage, non profit, sport e turismo.



Maurizio Milan, direttore generale del dipartimento Educazione del *Sole 24 Ore*.

"E negli ultimi tempi abbiamo inaugurato corsi dedicati all'arte e alla cultura, al design e all'architettura. C'è un'idea della cultura e dell'arte, nel nostro Paese, che va aggiornata anche con la formazione di una nuova leva di manager colti, competenti e concreti. Perché con l'arte e con la cultura 'si mangia', per dirla in termini terra terra. Perché l'arte e la cultura sono asset competitivi e distintivi senza uguali per il made in Italy", sottolinea Maurizio Milan. "Nel nostro Paese abbiamo 3.800 musei e 1.800 aree archeologiche, con cui creiamo un indotto, in termini di turismo, enogastronomia, artigianato, edilizia di riqualificazione, che vale 167 miliardi di euro e dà lavoro a 3 milioni 800mila persone. Non ci fermeremo qui, stiamo ragionando su nuove idee con Armando Massarenti, responsabile dell'inserimento culturale del *Sole 24 Ore* della domenica". Tra i nuovi corsi ce n'è anche uno sul management della politica (dedicato al vice direttore del *Sole 24 Ore* Fabrizio Forquet, scomparso di recente, che aveva diretto la prima edizione):

ha l'ambizione di formare un nuovo ceto politico più attento alla cosa pubblica, più competente e meno fazioso.

In sintesi, oggi la Business School significa 30 master full time con stage e diploma nelle sedi di Milano, Roma e Parma, 150 master part time con oltre 400 moduli specializzati, 18 executive master, un executive Mba in collaborazione con Altis (Alta scuola impresa e società: ndr), dell'università Cattolica di Milano, 60 percorsi accreditati dagli ordini dei commercialisti, degli avvocati e dei consulenti del lavoro. Vale a dire 16mila ore di formazione e oltre 1.300 studenti e 2.500 esperti e docenti l'anno, oltre 900 aziende tra partner e sponsor. Tutta questa attività ha un risultato concreto e tangibile: 8.400 diplomati dal 1994 a oggi. Si aggiunga un bouquet di tredici conferenze annuali di settore in collaborazione con il *Sole 24 Ore* - dal 'Forum made in Italy nei mercati internazionali' in marzo all'Annual Economia e Finanza' in novembre - e di 60 roadshow sul territorio, con 15mila partecipanti, 1.000 speaker e 500 aziende partner, e il quadro sarà completo.

Ma il progetto più ambizioso della Business School muoverà i primi passi a maggio, partner una delle maggiori



Antonella Rossi, direttore della business unit Formazione ed eventi.

banche italiane, nome in codice 'Industry 4.0' con evidente riferimento alla quarta rivoluzione industriale, alle nuove politiche finalizzate a rilanciare il settore produttivo e manifatturiero grazie all'innovazione tecnologica e organizzativa. "Vogliamo essere uno dei player in grado di accompagnare la piccola e media industria italiana in questo processo di internazionalizzazione e di espansione, attraverso master e percorsi ad hoc. Si tratta di rivedere i processi di produzione e distribuzione, di puntare sulla trasformazione digitale, di valorizzare l'e-commerce e di imparare a usare i canali social. Il Gruppo 24 Ore è da anni un driver importante per l'ingresso delle aziende nel mondo digitale, saremo anche in questo caso un hub di sperimentazione che affronterà casi concreti con l'industria. Il nostro target sono le oltre 20mila piccole e medie imprese con un fatturato tra i 15 e i 100 milioni di euro", spiega Maurizio Milan.

Per farsi un'idea della centralità di questi temi nell'economia reale - negli scorsi mesi il governo italiano ha presentato un piano, 'Industry 4.0, la via italiana per la competitività del manifatturiero' - basterà citare uno studio recente della società di consulenza Roland Berger. Se l'Europa investisse nella quarta rivoluzione industriale 60 miliardi di euro all'anno da qui al 2030, creerebbe un valore aggiunto di 500 miliardi e sei milioni di posti di lavoro in più. Perché l'Europa vive di paradossi: ha un alto livello di disoccupazione, eppure il 40% delle aziende che cerca personale nell'Ict, la tecnologia dell'informazione e della comunicazione, fa fatica a trovarlo. E secondo la Commissione Ue, ogni anno servono 150mila esperti di informatica aggiuntivi e le stime per il futuro dicono che il 90% dei posti di lavoro richiederà una qualche forma di abilità digitale. Utilizzo e valorizzazione dei dati, potenza di calcolo, connettività, interazione fra uomo e macchina, passaggio dal digitale al 'reale' (manifattura additiva, stampa 3D, robotica, interazione machine-to-machine, uso smart dell'energia) sono voci essenziali dell'industria 4.0 con cui le Pmi italiane devono prendere dimestichezza. Ecco perché il nuovo progetto del Gruppo 24 Ore fa da battistrada all'innovazione.

Da marzo 2015, del resto, nelle attività di trasformazione digitale delle aziende è attiva la business unit Next24. "Lavoriamo a stretto

contatto con le aziende per adeguare le loro competenze digitali. Abbiamo clienti importanti come Vodafone, Sky, Alitalia, Intesa e Generali, e non forniamo soluzioni preconfezionate, né agiamo in maniera monolitica e distaccata, ma studiamo caso per caso, in collaborazione con il management e le risorse umane", dice Maurizio Milan. "I nostri obiettivi sono duplici: da una parte l'innovazione dei processi, e un intervento verticale che adegui le competenze in base alle esigenze dei vari settori e dei singoli manager, e dall'altra una disseminazione di conoscenza e cultura di tipo orizzontale, perché ci sono nozioni che tutti i dipendenti devono possedere. Ci aiuta molto, in questo lavoro, il responsabile di Nòva24, Luca De Biase: assieme a lui abbiamo fatto, tra le tante cose, un importante percorso di digital change con Diesel di Renzo Rosso".

Anche qui i risultati si vedono, nelle realtà grandi come in quelle piccole. "Ci sono realtà bellissime di manifattura creativa, anche grazie ai processi di delocalizzazione spinta che il digitale può offrire. C'è, per esempio, il caso di due vetrerie di Murano che non riuscivano a fare quadrare i conti. Due startupper hanno affiancato i maestri vetrai e adesso quelle vetrerie sono uno dei maggiori esportatori di beni di lusso in Cina e vendono il 90% della loro produzione all'estero".

Avanti verso il digitale, dunque. Anche con i più piccoli. La collaborazione del Gruppo 24 Ore con Talent Garden di Davide Dattoli, che a Milano gestisce il più grande spazio di coworking europeo e fa scouting di innovatori, ha prodotto, oltre a una serie di weekend tematici e immersivi sull'innovazione, anche corsi di coding (il linguaggio di programmazione) e di robotica per bambini tra i sette e i nove anni e ragazzi fra i dieci e i quattordici anni, che imparano a creare da sé i loro videogiochi mentre apprendono i principi dello sviluppo software, e a costruire prototipi di robot funzionanti.

La gamification, del resto, ovvero l'insegnamento attraverso tecniche ludiche, è adoperata anche per i corsi principali. Che, assieme ai neolaureati, vedono tra i clienti anche manager e imprenditori che vogliono aggiornarsi e che la possibilità di trascorrere mesi in un'aula scolastica non ce l'hanno. Così, accanto al full time, sono nate le formule blended (insegnamento in aula e a distanza), lo streaming, nella convinzione che anche l'e-learning, l'insegnamento da remoto, sia parte essenziale di quella disseminazione della cultura che Maurizio Milan teorizza. "Lo streaming fa registrare il 10% delle presenze", puntualizza lui. "Nei nostri sforzi per migliorare l'ergonomia cognitiva, daremo spazio anche all'impegno personale per un aggiornamento costante, anche di tipo linguistico: stiamo studiando un percorso a pillole, da dieci-quindici minuti al giorno".

E mentre la Business School amplia la collaborazione con le università e si accinge ad aprire due nuove sedi, a Padova e in Puglia, l'ultima sfida riguarda l'interazione scuola-lavoro. "Il 16 marzo", racconta Milan, "abbiamo firmato un protocollo d'intesa con il Miur, il ministero per l'Istruzione,

l'università e la ricerca. L'accordo si chiama 'Il Ponte tra Scuola e Impresa per il futuro dei giovani', ha durata triennale e prevede 200 ore in azienda per gli studenti dei licei e 400 ore per gli studenti dei professionali. Noi, da settembre, faremo da intermediari fra scuola e imprese in un progetto sperimentale che coinvolge 400 licei economico sociali. È un atto concreto per aiutare le giovani generazioni a crescere e il sistema Italia a decollare".

Roberto Casalini

(© riproduzione riservata)

■ I numeri della scuola

30 master full time con stage e diploma nelle sedi di Milano, Roma e Parma

150 master part time con oltre 400 moduli

18 executive master

1 executive Mba in collaborazione con Altis dell'università **dattoli** di Milano

60 percorsi accreditati dagli ordini dei commercialisti, degli avvocati e dei consulenti del lavoro

16 mila ore di formazione

1.300 studenti

2.500 esperti e docenti l'anno

900 aziende tra partner e sponsor