

Skille

info@skille.it

Storie e visioni della nuova economia

Il processo di **recruitment** e la gestione dei **migliori giovani** è il motore verso l'**impresa intelligente**. Ma fra i due termini la formazione è diventata sempre più **strategica**.

Esistono percorsi diversi e **tradizionali**.

Fae Technology e **Diapath**: due **modelli innovativi**

Taglio sartoriale alla formazione L'azienda disegna il posto per talenti

di Simone Casiraghi

MA IL PRIMO INCONTRO DEVE ESSERE A SCUOLA

Oltre 60 nuove assunzioni in 36 mesi, gli ultimi sei giovani presa a bordo alla fine di settembre, un organico oggi di 105 persone, l'85% di queste alla prima esperienza con un ambiente di lavoro, significa una pattuglia di giovani quasi tutti con meno di 25 anni.

Un ciclo di cinque incontri webinar iniziato a maggio scorso, l'ultimo sarà a novembre, oltre 1.090 fra tecnici di laboratorio e professionisti a seguire lezioni di esperti internazionali, a formare una community che racconta e condi-

vide le migliori esperienze e di laboratorio, collegati da oltre 46 paesi nel mondo.

Fae Technology e Diapath: due modelli e due progetti distinti messi a confronto sul terreno della caccia ai migliori talenti (che significa ricerca, selezione, attrattività e onboarding di giovani appena usciti da università, Istituti, scuole tecniche professionali). E, dall'altra, percorsi di aggiornamento e formazione continua che fanno leva sulle proprie risorse tecniche per rispondere alle nuove esigenze del mercato, sempre più internazionalizzato e tecnologico. Alla

fine anche oltre 950 ore di formazione erogate, un aumento del 40% sull'anno scorso, oltre 120 persone formate in tutto il mondo.

Fae Technology, laboratori a Gazzaniga e quartier generale al Kilometro Rosso, ha messo a terra un progetto di attrattività e di formazione on the job verso i giovani che, con la propria mini-Academy, ribalta l'approccio più tradizionale: si parte dalla ricerca e poi dall'incontro con gli studenti, si porta l'azienda nella scuola, si racconta che cosa fa l'impresa, quali sono le attività, qual è il valore sociale diffuso sul territorio. «Spieghiamo

che vogliamo essere l'azienda ideale per i migliori giovani e in tutta trasparenza spieghiamo anche qual è il contributo che ci si aspetta da chi vorrà iniziare il percorso professionale con noi - spiega Gianmarco Lanza, Ceo di Fae Technology -. Tutto questo ci fa diventare subito attrattivi. E glielo diciamo ancora meglio così: fra di voi ci sono talenti e giovani capaci. Noi ci siamo, siamo qui e per voi possiamo essere un'ottima opportunità professionale». L'esigenza delle due imprese è intercettare nuovi talenti e mantenere la costanza di questo percorso.

Cisi concentra sui giovani, per questo Fae Technology dice di fare "continuous recruitment". In realtà restituisce nuova centralità alla funzione delle risorse umane, che così si riprende il compito di essere più incisiva nel cambiamento dell'azienda nel post-emergenza. «La potenza del progetto è avergli dato un taglio sartoriale - spiega Rosella Rocalli, HR e funzione Education che condivide con Francesco Rota di Fae Technology -, ma calato nella nostra realtà d'impresa, dopo un lavoro sinergico e costante con le scuole e una selezione sia in termini di soft sia di hard skill. Un vero programma di onboarding ma molto strutturato e con un piano formativo full immersion. Ogni ragazzo occupa una posizione - spiega Rota - modellata e decisa sulle sue potenzialità e abilità, un posto che in azienda prima non era così ben definito». Questo significa che non si prendono persone per ir-



Rosella Rocalli

mazione dentro l'azienda, rendendola ancor più efficace. «Visitare gli istituti e parlare ai ragazzi dell'azienda è il nostro primo pillole di attrattività. Nelle scuole non portiamo solo i vertici dell'azienda - spiega Lanza -, ai ragazzi parlano i nostri tecnici, i responsabili delle diverse funzioni aziendali e spiegano che lavoro fanno, come lo fanno, che cosa gli piace. Gli dicono che da noi, prima c'è un'opportunità formativa retribuita e che poi può trasformarsi in occasione professionale». La formazione è certificata Ipc, un titolo molto spendibile sul mercato del lavoro



Francesco Rota

e delle competenze in elettronica. E il confronto quotidiano con professionisti e tecnici, fa diventare quasi un vero lavoro. «Resta fermo il fatto che noi vogliamo essere il miglior posto nel quale ciascun ragazzo deve e può spendere il suo certificato Ipc. L'ultima esperienza è andata così: sei i ragazzi formati, li abbiamo assunti tutti e sei perché erano molto bravi - spiega Lanza -. Per tutti è stata un'esperienza virtuosa, coinvolti in un team di persone molto motivate, travolti da un'energia percepita importante perché sentivano di trovarsi nel miglior posto possibile dove spendere quella formazione maturata. I ragazzi hanno percepito questo effort aziendale come un segno di fiducia, di aiuto importante non solo per il mercato del lavoro, ma per stimolare valori come velocità, relazioni di squadra, dinamismo portati all'estremo. Sono valori che ritengo fondamentali in una impresa».

Fae è un'azienda giovane, innovativa, ex startup che ha avuto un'exit in tempi molto veloci, è flessibile, un organigramma molto orizzontale e una filiera estremamente corta. «Questo facilita molto la circolazione della nostra visione - spiega Lanza -, i valori aziendali fanno in fretta ad arrivare in modo capillare a tutti. Si crea così molto engagement aziendale. E i ragazzi apprezzano di sentirsi parte di un progetto aziendale in modo così diretto. Percepiscono che occuparsi di loro diventa un valore e lo si percepisce nell'aria. Diventa energia che deriva dal vivere l'impresa davvero».

«Le attività delle Academy diventano asset strategico»

Diapath, sede a Martignano, azienda specializzata nello sviluppo di tecnologie per il settore biomedicale, ha fatto un passo ulteriore sui percorsi formativi: ha costituito la sua Diapath Knowledge Academy, struttura dedicata per intercettare e formare direttamente un target diverso dai giovani: i professionisti di laboratorio di anatomia patologica. Li coinvolge su temi scientifici e offre interventi divulgativi e formativi su temi che consento-

no l'immediata applicabilità dei contenuti nella realtà lavorativa quotidiana. «Diapath Knowledge Academy, con la sua proposta di webinar, ha rappresentato inizialmente una prima risposta all'emergenza pandemica, oggi è soprattutto una naturale evoluzione verso il mondo digital della necessità di rendere più efficace e pervasiva la divulgazione dei temi di laboratorio e la formazione continua all'interno di questo settore spiega Alberto Battistel,

Coo, Chief Operating Officer di Diapath -. Si tratta di una iniziativa innovativa di condivisione e dialogo all'interno di un cluster specifico di professionisti, con contributi e interventi di scenario realizzati da professionisti selezionati in giro per il mondo per rafforzare, ovunque, la cultura di laboratorio». Diapath ha ingaggiato Antonella Savio, anatomopatologa del Marsden Hospital di Londra, proprio per offrire contenuti divulgativi e formazione

scientifica con un'agenda articolata di webinar. Ogni intervento è studiato su misura per le necessità di tecnici di laboratorio, professionisti di anatomia patologica e anatomopatologi. Ma si tratta di un approccio che Diapath ha già esteso anche alle competenze interne, con Diapath Academy e Diapath Academy Digital due strutture dedicate alla formazione continua. «Investire in formazione è un costo, ma non avere personale esperto ha un prezzo

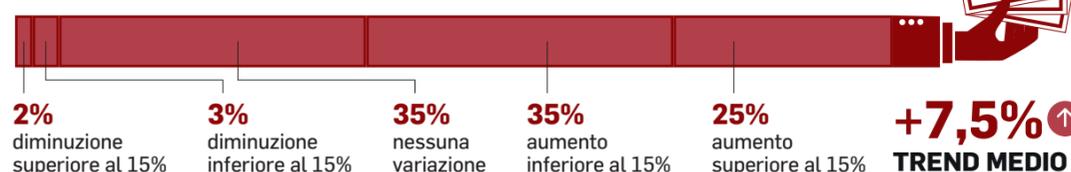


Alberto Battistel

ancora più alto. Oggi leader del mercato - spiega ancora Battistel - è colui che è in grado di proporre prodotti di alto livello e qualità, riuscendo a trasferire al cliente tutte le informazioni importanti sul prodotto attraverso il personale altamente specializzato». Le attività di formazione messe in campo da Diapath Academy nascono vanno in questa direzione. «Supportano lo sviluppo del know-how tecnico e manageriale del personale e dei distributori e sviluppa accordi con università e associazioni di settore e gestisce l'orientamento e il reclutamento dei dipendenti».

LE PROSSIME SFIDE PER ATTRARRE NUOVE PROFESSIONALITÀ

INVESTIMENTI E PROCESSI



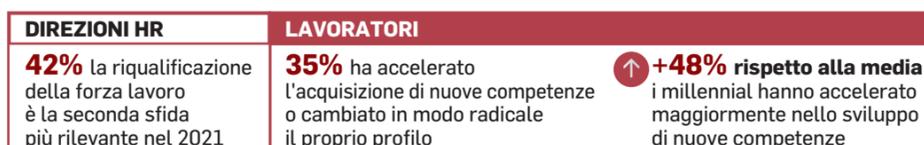
ATTIVITÀ HR PIÙ CRITICHE



MERCATO DEL LAVORO



EMPLOYABILITY DELLE PERSONE



La difficoltà degli HR
Il 67% sta ridisegnando le strategie

Employer branding
Iniziativa per il 40% delle imprese

La difficoltà di attrarre talenti
Il 76% delle imprese è in difficoltà

Riqualificazione personale
Il 42% delle imprese accelera il percorso

Imprese per giovani

RUOLO SEMPRE PIÙ **CHIAVE** **DENTRO** LE AZIENDE LO STANNO AVENDO LE **ACADEMY**: RIESCONO A VALORIZZARE IL **KNOW-HOW** PER **RISPONDERE** AL MERCATO

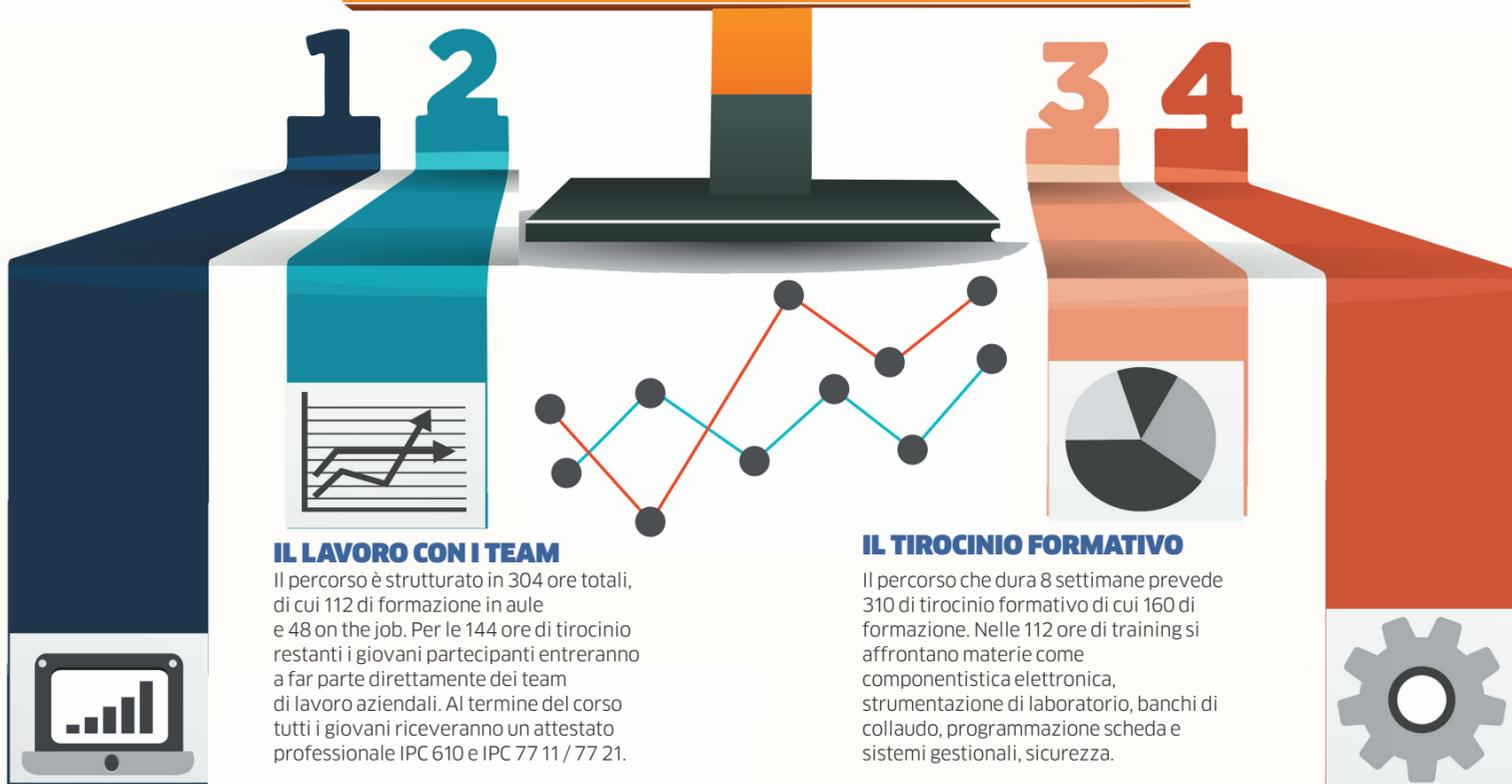


NUOVI **INVESTIMENTI** SI STANNO CONCENTRANDO NELLA **FORMAZIONE**, LO SVILUPPO DELLE **RISORSE UMANE** DIVENTA NUOVA LEVA **STRATEGICA** DELLE AZIENDE



FARE ON BOARDING IN QUATTRO PASSI

Nella foto gli ultimi sei giovani neodiplomati che hanno partecipato al percorso formativo secondo il modello di Fae Technology e tutti e sei assunti.



IL LAVORO CON I TEAM

Il percorso è strutturato in 304 ore totali, di cui 112 di formazione in aule e 48 on the job. Per le 144 ore di tirocinio restanti i giovani partecipanti entreranno a far parte direttamente dei team di lavoro aziendali. Al termine del corso tutti i giovani riceveranno un attestato professionale IPC 610 e IPC 77 11 / 77 21.

IL TIROCINIO FORMATIVO

Il percorso che dura 8 settimane prevede 310 di tirocinio formativo di cui 160 di formazione. Nelle 112 ore di training si affrontano materie come componentistica elettronica, strumentazione di laboratorio, banchi di collaudo, programmazione scheda e sistemi gestionali, sicurezza.

L'ON THE JOB CON I TECNICI

Il progetto è caratterizzato dall'offrire un'opportunità formativa on the job, specialistica e trasversale retribuita. Offre inoltre formazione realizzata direttamente dagli ingegneri elettronici e di processo, da specialisti della supply chain, da quality manager dell'impresa che organizza il percorso formativo. Garantito infine un placement veloce con un success rate elevato.

ACQUISIRE COMPETENZE TECNICHE

Il primo è l'acquisizione delle competenze tecniche e trasversali, garantire formazione on the job e meritocrazia. Sono questi i principi sui quali è costruito il modello. I giovani selezionati e partecipanti al percorso di formazione sono inseriti con la modalità tirocinio formativo retribuito di due mesi, con la finalità di un'assunzione.

talk



Gianmarco Lanza
CEO di Fae Technology

Si può dire che nasce un modello per il territorio?

Sarei molto felice se l'attività della nostra impresa e del nostro team possano dare un contributo al territorio, e essere un modello di ispirazione. Credo che il territorio abbia bisogno di queste iniziative, ma i nostri imprenditori debbano avere meno autoreferenzialità, certi meccanismi di engagement si creano con l'esempio e l'autorevolezza.

Qual è il limite che vede in questo passaggio?

Occorre solo un po' più di consapevolezza. Abbiamo imprese con un know how come patrimonio aziendale incredibile e che potrebbero usare quella conoscenza per creare percorsi formativi eccezionali e con un pieno di energia, a differenza di noi che noi dobbiamo fermarci per natura su un layer che è solo tecnologico e non arriva al fronte applicativo.

Lo condividerebbe con altri imprenditori locali?

Apprezzo molto l'idea di open innovation anche sul fronte formativo. Ma la condizione necessaria è di essere sulla stessa linea d'onda. La condivisione non sia un ostacolo o un freno. L'immediatezza e la velocità sono alla base di questi progetti e ne determinano l'efficacia. Si potrebbe iniziare a condividere il modello ognuno lo pratica in base ai suoi fabbisogni.

BENESSERE DELLE PERSONE



1 LAVORATORE SU 4

dichiara che il senso di appartenenza per l'organizzazione per cui lavora è **fortemente diminuito**

SULLE RELAZIONI INTERPERSONALI

Impatto negativo

23%
con altri team

16%
con il proprio responsabile

18%
con il proprio team

SULL'ENGAGEMENT

-23%

diminuiscono i lavoratori pienamente ingaggiati rispetto al 2020

Fonte: Osservatori.net

L'EVOLUZIONE IN CORSO



73% DELLE DIREZIONI HR dichiara di aver aumentato la propria strategicità durante la pandemia

IL NUOVO RUOLO DELLA DIREZIONE HR DI CONNECTED PEOPLE CARE

- Coinvolgimento e responsabilizzazione revisione delle pratiche hr per dare maggiore autonomia e centralità alla persona
- Data driven utilizzo dei dati per la presa di decisioni e la personalizzazione dei servizi offerti
- Strumenti digitali utilizzo di tool per raccogliere i dati, comunicare e coinvolgere

14% DELLE DIREZIONI HR STA ABBRACCIANDO TUTTI E TRE GLI ASPETTI REGISTRANDO UN

+45% DI PERSONE INGAGGIATE RISPETTO ALLA MEDIA