

L'Academy aziendale secondo Niuko: cultura, competenza e formazione

Dal più grande polo confindustriale per la formazione d'impresa un modello innovativo per crescere in azienda

Creare ambienti di apprendimento, facilitare la formazione tra pari e favorire il coinvolgimento diretto in processi di formazione e auto-formazione. È questa l'essenza dell'Academy aziendale: un modello di formazione che rappresenta una vera e propria scuola d'impresa, messo a punto da Niuko Innovation & Knowledge. Un luogo fisico e virtuale in cui si mettono in condivisione saperi, valori, comportamenti e strategie per la coesione e la crescita delle persone all'interno dell'impresa. Lo sviluppo delle competenze tecniche, ma anche di quelle trasversali, è un tema oggi molto discusso nel mondo del business.

Un luogo di condivisione di saperi, valori, strategie

Questo modello formativo rappresenta la creazione di contesti di apprendimento, gestiti da trainer e facilitatori, che consentono di muovere e generare dinamiche di gruppo, comunicative e di autoapprendimento, più produttive delle metodologie tradizionalmente conosciute. Lo sviluppo di un nuovo modello di Academy aziendale è uno dei fronti sui quali si concentra l'impegno di Niuko Innovation & Knowledge, la società delle territoriali di Confindustria di Padova e Vicenza che rappresenta il più grande polo italiano per la formazione in ambito confindustriale. A questo tema è dedicato il volume *Le Academy aziendali. Cultura, competenza e formazione in azienda* in uscita per Franco-Angeli.

Il cuore del modello Academy: la creazione del team

Il cuore del modello Niuko di Aca-

demy è la creazione di un team selezionato, orientato e motivato, che sia in grado di portare avanti il progetto Academy. Il team diventa concettualmente una nuova unità organizzativa, un gruppo di lavoro trasversale che, raccogliendo figure di vari ruoli e mansioni all'interno dell'organizzazione, sia messo nella condizione di creare, gestire e sviluppare un progetto che avrà come mission la creazione, gestione e diffusione della conoscenza aziendale, intesa come la somma dei saperi, valori, comportamenti, strategie dell'organizzazione.

L'Academy "interna" ed "esterna": quale valore aggiunto

A seconda che la diffusione sia poi verso membri interni dell'organizzazione o verso membri esterni, l'Academy sarà identificata come "interna" o "esterna". In entrambi i casi crea valore: la formazione diventa strumento strategico per la crescita delle persone che compongono l'organizzazione e per fidelizzare clienti e partner attraverso la reciproca conoscenza.

Tre best practice: Schüco, Fischer, Baxi

Sono tre i casi di applicazione del modello Academy che Niuko ha scelto di raccontare nel volume. Tre case history differenti tra loro per tipologia di azienda e per ambito di applicazione,



sviluppati a partire dal 2012.

Schüco Italia è leader nella realizzazione di finestre, porte e facciate, presente in 80 Paesi con 4.800 dipendenti e 12.000 aziende partner. L'Academy di Schüco Italia nasce e si sviluppa con l'obiettivo di migliorare nella qualità della formazione tecnica erogata ai propri clienti e partner, da qui il nome "La Scuola della Qualità Schüco", offrendo competenze e strumenti a un team di lavoro dedicato.

Nato nel 1948, il Gruppo Fischer è leader nel settore dei sistemi di fissaggio. L'azienda si è affermata con la forza dell'innovazione di oltre 1.500 brevetti. La "Sales Academy Fischer" si sviluppa nell'ambito dell'area vendite per offrire ai responsabili strumenti per accrescere le proprie competenze e guidare i collaboratori al miglioramento continuo.

Baxi SpA è un'azienda leader sui mercati internazionali nella progettazione e produzione di caldaie e sistemi per il riscaldamento ad alta tecnologia. L'Academy "BaxiL@b", ha creato un team interfunzionale per favorire la cultura del confronto in azienda e un secondo team dedicato alla formazione tecnica che l'azienda offre ai propri clienti e partner.

