

# OGGI STUDIO IN ACADEMY, IL PROFESSORE È IN AZIENDA

di Rossana Campisi

Niente libri o esami, ma corsi di formazione che in Italia preparano giovani **manager**. E il fenomeno cresce nelle piccole e medie imprese

**S**i studia ma senza libri né esami. Niente ritmi accademici anche se, dal nome, non si direbbe: sono le *Academy* aziendali, luoghi di formazione creati in azienda per neoassunti, manager appena promossi, fornitori e venditori. In Italia se ne contano una cinquantina e a ogni corso si iscrivono in media cento «studenti» (nelle grandi aziende) e almeno 25 (nelle medie).

Dalla Pianoforte Academy di Carpisa alla Scuola Prodotto della Safilo, dalla Barrilla alla Ferrero, dall'Università del Caffè della Illy a Yamamay. Concentrate soprattutto tra Emilia-Romagna, Lombardia, Veneto, Piemonte e Marche, sono per alcuni osservatori, uno dei segnali della ripresa economica italiana. «Il fenomeno delle *Corporate University* è nato negli Usa tra gli anni '50 e '60 dentro la grandi società» pre-

cisa Salvatore Garbellano, coautore di *Le Academy aziendali* (Franco Angeli) e docente a contratto al Politecnico di Torino. «In Italia sono arrivate intorno al 1990 e le prime a capirne le potenzialità furono la Fiat e l'Eni, ma in questi ultimi anni si sono diffuse sempre di più anche nelle medie imprese. Ma questo è un fenomeno italiano: la Francia, che detiene il primato europeo con 70 *Academy*, infatti le registra solo nelle grandi società».

I corsi si dividono tra meeting settimanali dedicati ai progetti e a sessioni di *e-learning*, in cui i partecipanti sono affiancati da coach che hanno alle spalle anni di esperienza e conoscenza maturate in società che operano all'estero. Alla fine una parte di queste esperienze si tramutano in master universitari, o in alternativa, in strumenti che favoriscono un profilo decisamente più competitivo. «Un marchio che offre percorsi di formazione, ma anche possibilità di carriera, è più ambita dai giovani. È come se l'azienda investisse sul dipendente a lungo termine. Non si tratta di corsi di aggiornamento: le *Academy* puntano a creare una massa critica».

Insomma, un insieme di competenze, di strategie aziendali, know how tecnici, doti di leadership. Ma dentro le *Academy* c'è anche altro: spazio per tutte le idee innovative su cui l'azienda ha bisogno di scommettere. Conclude Garbellano: «Infine, si trasmettono i valori e ideologie che ti fanno vivere l'azienda come fosse davvero una seconda casa».



**+**  
A SINISTRA, UN CORSO ORGANIZZATO DALLA PIANOFORTE ACADEMY. IN ALTO A DESTRA, LA COPERTINA DE LA VERITÀ SUL CAPITALISMO DI JOHN PLENDER (BOLLATI BORINGHIERI PP. 270, EURO 23)

