

18

**CONSULENZA**

a cura di **Francesca Barbieri**





**Raffaella Temporiti.**  
Responsabile risorse umane Accenture Italia

## ACCENTURE

# Parità di genere in cinque anni grazie al training sulla cybersecurity

**P**arità di genere, un traguardo da centrare entro il 2025. Accenture - che investe un miliardo di dollari l'anno a livello mondiale per training e sviluppo professionale - si impegna a facilitare l'accesso e lo sviluppo di carriera delle donne, solitamente meno presenti in percorsi accademici di tipo Stem (Science, technology, engineering e mathematics) con un'Academy dedicata.

La «Security pink academy» è nata nel 2018 come progetto pilota. È stata poi replicata nel 2019 con altre 3 edizioni e una quarta in arrivo.

Si tratta di un corso di formazione retribuito "al femminile" che Accenture, per otto settimane, dedica a giovani in possesso di laurea non Stem, che potranno acquisire competenze e abilità specifiche nell'ambito della cybersecurity.

Alla fine del corso, il superamento di un colloquio garantisce l'accesso ad altre 16 settimane di formazione direttamente su un progetto specifico con una pro-

spettiva di assunzione attraverso contratto di apprendistato.

Il corso è gestito internamente con il supporto di partner esterni.

Fino a oggi sono state formate oltre 50 ragazze, con l'intervento di docenti esterni specializzati nei principali ambiti della sicurezza informatica.

«La Security pink academy rappresenta una delle tante iniziative - spiega Raffaella Temporiti, responsabile risorse umane di Accenture Italia - per avvicinare i talenti femminili ai percorsi tecnico-scientifici. L'obiettivo è intercettare le donne con ogni tipo di background accademico e stimolarle a intraprendere percorsi professionali nell'ambito dell'innovazione favorendone la capacità occupazionale». L'Academy di Accenture punta a essere anche uno strumento per orientarsi tra i mestieri più richiesti nell'area delle competenze digitali e delle nuove tecnologie come la security (servizi di nuova generazione sviluppati per proteggere il business delle aziende clienti tra cui rientrano, ad esempio, l'identità digitale e lo sviluppo di applicazioni in totale sicurezza).

«Programmi di questo tipo - conclude Temporiti - permettono di beneficiare del contributo proveniente da una popolazione aziendale più bilanciata e diversificata, sia a livello di genere, sia a livello di abilità e percorsi professionali di provenienza».

DELOITTE

## Partnership con la Federico II su innovazione e digitale

**U**na partnership all'insegna di trasformazione digitale e innovazione: nel 2017 Deloitte e università di Napoli Federico II hanno ideato un percorso didattico (teorico e pratico) con l'obiettivo di fornire a giovani talenti le competenze necessarie a colmare il gap tra le aziende e l'ecosistema digital e industry 4.0.

Il modello formativo «Digita», gratuito e aperto a tutti i laureati, prevede 9 mesi tra lezioni in aula e training on the job.

«La quarta rivoluzione industriale rappresenta un'opportunità enorme per la crescita sociale ed economica del nostro Paese - dice Alessandro Lizzi, partner Deloitte -: puntare sulle competenze digitali di giovani talenti è il migliore investimento che, attraverso l'Academy Digita, possiamo fare per rispondere a questa sfida».

Il primo anno accademico si è concluso con la partecipazione di 46 studenti e la messa a punto di 26 progetti, di cui 17 presso Deloitte e 9 in aziende partner dell'iniziativa. Dei 46 studenti, il 92% ha ricevuto un'offerta di lavoro e il 70% ha fir-

mato un contratto.

Al secondo anno accademico, su 275 domande pervenute, sono stati ammessi 50 giovani provenienti da percorsi di studi ingegneristici, economici, scientifici e umanistici con una distribuzione equa di genere.

Le aziende partner - distribuite tra Milano, Roma, Napoli e Torino - sono salite a 82 (+ 10 in un anno) e sono stati 41 i progetti svolti (+ 15), di cui 22 in Deloitte.

Rispetto al primo anno sono poi aumentate le ore dedicate all'informatica (+52%), i dipartimenti dell'università di Napoli coinvolti (10) e le iniziative come seminari, bootcamp e hackathon.

Il terzo anno accademico - inaugurato a ottobre 2019 - ha come oggetto il tema della digital transformation e delle connessioni di tale area con Industria 4.0, con un'integrazione tra formazione in presenza e training on the job, oltre che interventi seminariali e testimonianze dal mondo delle imprese.

Nell'ambito della Academy Digita il 3 febbraio 2020 partirà anche la quarta edizione del salesforce developer bootcamp, il percorso di formazione su salesforce - tecnologia Cloud di ultima generazione che si svolgerà nelle aule della Digita Academy.

La conclusione del corso è prevista per il 21 febbraio 2020 ed è richiesta la frequenza giornaliera. Al termine è previsto l'esame per ottenere la certificazione «Salesforce certified platform developer 1».



**Alessandro Lizzi.**  
Partner Deloitte  
Digital



**Francesca Giraudo.**  
Direttore risorse umane EY Italia

EY

## Più leadership e soft skills nei programmi di formazione

**U**n'Academy per i propri dipendenti e un'altra aperta all'esterno. Con i programmi dei corsi non più focalizzati sugli aspetti tecnici (come in passato), ma arricchiti con contenuti legati alla leadership e alle soft skills in generale e alla conoscenza approfondita del proprio mercato di riferimento.

L'Academy interna di EY copre un periodo di cinque anni: da staff 1 (neoassunti neolaureati) a senior 3 (persone con cinque anni di anzianità aziendale alle spalle che gestiscono altri dipendenti).

«Attraverso le Academy - spiega Francesca Giraudo, hr director di EY - puntiamo a far diventare i nostri professionisti trusted advisor dei nostri clienti (con una formazione tecnica e aggiornamento con le nuove tecnologie), esperti nei mercati dei nostri clienti, in modo da aiutarli a orientarsi rispetto ai nuovi trend che li caratterizzano, e inclusive leader (manager che sanno tirare fuori il meglio da sé stessi e dalle loro persone, costituendo team

basati sulla fiducia)».

Per quanto riguarda i corsi tecnici EY Italia ha messo a punto programmi trasmessi dai centri internazionali, con il contributo del business development e di tutto il management.

Coinvolti anche clienti, testimonial illustri della business community italiana, start up, esperti di settore esterni.

«Abbiamo certificato da poco uno dei nostri percorsi interni con Asfor (Associazione Italiana per la formazione manageriale) - sottolinea Giraudo - e nel corso di quest'anno ne certificheremo certamente almeno un altro, nell'ottica di dare evidenza alla qualità della nostra formazione anche in riferimento a standard riconosciuti».

Accanto all'Academy per i propri dipendenti, EY organizza una "scuola" per i lavoratori di aziende esterne, che parte da «Alleanza per il lavoro del futuro», un progetto con 8 atenei e oltre 200 amministratori delegati per cercare di dare una risposta concreta al mismatch di competenze in Italia.

I target sono principalmente corporate e Pmi, ma anche professionisti e singoli manager intenzionati ad aggiornare le proprie competenze.

L'obiettivo è creare una piattaforma di learning experience basata sulla sinergia con atenei, business school e corporate academy nazionali.

KPMG

## Una «faculty» con 200 esperti dal management al risk consulting

**O**ltre 123mila ore di formazione per 1.800 professionisti della consulenza coinvolti. È il bilancio di Kpmg advisory business school, che si avvale di una vera e propria faculty con 200 esperti delle diverse discipline in cui si raggruppano i servizi di Kpmg advisory: management consulting, deal advisory e risk consulting.

L'offerta formativa prevede anche la possibilità di partecipare a corsi specialistici realizzati a livello internazionale da Kpmg nonché da università e business school (Bocconi, Sant'Anna di Pisa, Luiss, La Sapienza).

«Nel mercato dei servizi professionali - spiega Andrea Tabladini, partner Kpmg advisory -, innovazione e competenza sono fattori distintivi cruciali. La formazione è chiamata a supportare concretamente lo sviluppo di skills e conoscenze dei professionisti per favorire la crescita all'interno dell'organizzazione e, allo stesso tempo, a consolidare le capacità dell'azienda sia di rispondere all'evoluzione dei

fabbisogni dei clienti sia per attrarre e mantenere giovani talenti».

La business school di Kpmg è anche un provider di contenuti formativi per i clienti, «per i quali puntiamo a disegnare e realizzare progetti di formazione in aula e digital customizzati su specifiche esigenze».

Le attività formative sono inquadrate in "learning path" differenziati in funzione delle diverse figure di professionali. Previsti tre momenti formativi: sessioni in aula, virtual class e moduli di e-learning, condivisione di esperienze progettuali sul campo.

«L'esperienza diretta con il cliente - sottolinea Tabladini -, che prevede un costante lavoro di monitoraggio e di affiancamento da parte dei professionisti più senior, è un passaggio fondamentale per consentire ai colleghi più giovani di applicare metodologie, approcci e soluzioni».

Per il futuro sono in programma più percorsi digitali e blended: pillole formative, micro learning, video tutorial, l'accesso a content platform, anche con l'offerta formativa di una Mooc quale Coursera.

«Nel complesso - conclude Tabladini - l'obiettivo è quello di migliorare continuamente la learning experience dei nostri colleghi e creare un ambiente in cui la formazione sia effettivamente vissuta come un investimento per la crescita delle persone e per il successo dell'organizzazione».



**Andrea  
Tabladini.**  
Partner Kpmg  
Advisory Italia



**Walter Ruffinoni.**  
Amministratore delegato  
Ntt Data Italia

NTT DATA

## Hub per formare competenze nell'universo digitale

Oltre 2.500 corsi, organizzati per skills verticali e trasversali: la Ntt Data human academy si propone come hub di competenze ed esperienze nel mondo delle soft skills, dell'information technology e della trasformazione digitale.

Due gli obiettivi dichiarati: supportare la crescita del personale interno; contribuire alla diffusione di know how e di best practices nelle community di riferimento e nel contesto sociale più ampio (dal coding nelle scuole agli interventi di orientamento in università e istituti).

La formazione viene erogata con la logica del feedforward che nasce dal performance management, oltre che all'interno di programmi di training specifici per ruolo e category, tra i quali spicca il percorso per i service manager, data la sempre maggiore rilevanza che assumono le attività di gestione dei servizi.

La human academy copre a 360° le tematiche relative alla professionalità in ambito It/digital transformation: laboratori di soft skills (come team working, leadership, problem solving, negotiation, leading

complex project), corsi tecnici, metodologici o più orientati al business e ai trend di mercato.

Tutti i corsi sono fruibili con modalità diversificate: classroom o laboratori, virtual classroom, e-learning, blended ed "extended learning" (una modalità di apprendimento dove la teoria viene fruita tramite e-learning mentre le lezioni in aula sono laboratori pratici dove si lavora sulla messa in pratica della teoria).

In media, il numero di allievi per classe varia dai 12 ai 20, per oltre 3.000 persone formate ogni anno e quasi 120.000 ore di formazione (15.000 giorni circa) in 1.300 sessioni circa. Molti docenti sono esterni, per garantire l'apporto di competenze ed esperienze nuove, ma si punta parallelamente a rinforzare il contributo di docenti interni qualificati (specializzati in diverse tematiche: leadership, DevOps, data intelligence, safe, Pmi, agile, function point, servicenow, eccetera).

Al momento la maggior parte dei corsi è rivolta ai dipendenti, tuttavia sono in campo eventi formativi realizzati con università, istituzioni/associazioni e aziende clienti.

Tra le novità in vista l'inaugurazione di aule di formazione ad hoc nelle sedi di Milano e Roma (mentre attualmente le lezioni si svolgono in location esterne).

Sarà inoltre messo a punto un open badge per professional program, per "certificare" le competenze (corsi, esperienze, risultati) acquisite dai dipendenti.

PWC

## Full immersion per diventare coach professionisti

**U**na scuola di coaching che propone 60 ore di formazione in aula o su web nel corso di 6 mesi, con due accreditamenti internazionali - Icf (International coach federation) e Acsth (Approved coach specific training hours) - ed executive coach "certificati" come docenti.

È questa la carta d'identità dell'Academy di PricewaterhouseCoopers, nata nel 2018, che organizza corsi solo per i propri dipendenti, di qualsiasi livello, inquadramento, gruppo e funzione.

«La mission della PwC's internal coaching school - spiega Marco Sala, partner e chief operating officer PwC Italia - è intercettare i bisogni dei nostri professionisti per prepararli alla creazione e alla gestione di relazioni sempre più basate sulla fiducia e orientate a risolvere problematiche importanti».

Chi frequenta la scuola acquisisce le basi del coaching, familiarizza con i processi e allena le competenze essenziali per la professione di coach. Gli studenti hanno

l'opportunità, una volta ottenuto il diploma e superato un esame pratico, di entrare subito in campo; PwC assorbe i costi della formazione, pertanto il corso è gratuito per i partecipanti.

«Il progetto - evidenzia Sala - è nato dall'ascolto delle esigenze di tutte le nostre persone, a partire da quelle più giovani per migliorare la qualità delle interazioni sia verso l'interno sia verso i nostri referenti esterni».

L'obiettivo della scuola è formare executive coach, con specifica preparazione per svolgere la funzione di coach interno; facilitare l'ottenimento delle credenziali Icf per coloro che vorranno diventare coach professionisti; contaminare attraverso l'attività dei coach interni la cultura aziendale nella direzione dell'ascolto, empatia e feedback, con ricaduta sulla relazione con i clienti PwC.

«Grazie a coach interni professionisti e quelli formati attraverso la nostra scuola - conclude Sala - in PwC contiamo di poter raggiungere circa 90 persone all'anno, ad ogni livello indipendentemente dal ruolo che ricoprono in azienda, attraverso percorsi personalizzati che prevedono fruizione individuale, di team coaching e group coaching, e mettendo in campo persone che possano offrire un approccio professionale e sostenere con i propri comportamenti la cultura di ascolto, empatia e sostegno».



**Marco Sala.**  
Partner e Chief  
Operating Officer  
PwC Italia