

LUNEDÌ 30.05.2022

CORRIERE DELLA SERA

34

Imprese

L'Economia

IL CAPITALE UMANO

ACCADEMIE GREEN COSÌ BIG ALLEVANO I TALENTI

Accenture e Generali hanno creato percorsi interni con programmi di formazione continua per potenziare le loro risorse. Dalla sostenibilità all'innovazione, investire sulle nuove competenze diventa leva di «retention», attrattività e successo di mercato

di **Andrea Bonafede**

La sostenibilità per le aziende non è più solo un obiettivo da raggiungere in futuro, bensì una pratica da applicare subito. A dimostrarlo è un rapporto di Anpal e Unioncamere, secondo cui nel 2021 le imprese italiane hanno richiesto al 76,3% delle assunzioni programmate (circa 3 milioni e mezzo di profili) il possesso di competenze green come requisito essenziale. E 1,6 milioni di contratti firmati, pari al 34,5% del totale, sono stati veri e propri «Green Jobs». A far da contraltare a questi dati, che rappresentano segnali di una tendenza positiva, c'è però il mismatch tra domanda e offerta di lavoro: nello specifico, è stata rilevata una difficoltà di reperimento delle competenze green per il 33,8% delle entrate. Da un lato, dunque, ci sono le aziende che cercano profili green, dall'altro invece un mercato del lavoro che non soddisfa queste richieste. Non



Il volto/1
Sandro Orneli,
Europe
Sustainability
Strategy Lead
di Accenture
Nel 2022 è iniziata
la Green Academy

appare un caso, dunque, se alcune grandi organizzazioni stanno cercando di ovviare a questa discrepanza con programmi di formazione per il proprio capitale umano.

Il Master verde

Un esempio è la Green Academy di Accenture, che Sandro Orneli, Europe Sustainability Strategy Lead della multinazionale, ha definito «un Master della sostenibilità, perché da anni offriamo a tutti i nostri dipendenti programmi, come il "Sustainability Quotient" o l'accesso ai contenuti di partner come Oxford University, che sono serviti a dare un'infarinatura generale sul tema. Noi la chiamiamo "l'accademia del fare", perché è arrivato il tempo di agire». Con la Green Academy — la cui prima edizione, che conta cento iscritti, è iniziata a febbraio e si concluderà a giugno — Accenture intende fare un passo avanti sul tema della sostenibilità: «Abbiamo scelto di integrarla nelle tecnologie e nei nostri processi decisionali, tanto è vero che, a parità di valore dei progetti sottoposti alla nostra valutazione,

noi scegliamo quello che ha l'impronta più sostenibile — racconta Orneli —. E con l'iniziativa dell'Academy, che per ora si rivolge a una fascia di popolazione più giovane e ha l'obiettivo di costruire una nuova generazione di consulenti e analisti, forniamo ai dipendenti gli strumenti per applicare questi concetti in modo trasversale e flessibile nei diversi ambiti del nostro business. Noi non vogliamo creare la figura del "sustainability specialist", ma quella del "sustainability integrator", ovvero colui che arricchisce le proprie strategie con dinamiche sostenibili».

La scelta di creare una Green Academy da parte di Accenture, che a livello globale nel 2021 ha investito circa 900 milioni di dollari in formazione, è dovuta sia alla mancanza di figure specializzate nel campo della sostenibilità sia alla volontà di far partire il cambiamento dall'interno: «Riceviamo un buon numero di candidature che abbracciano l'ambito green, ma sono ancora poche rispetto alla popolazione di Accenture — spiega Orneli —. Per questo motivo vogliamo estendere la sostenibilità al nostro capitale umano, anche perché i primi a dover applicare la trasformazione siamo noi stessi».



Capitale Umano

L'iniziativa
«Capitale umano» è la serie di incontri organizzati dal Corriere e L'Economia, in collaborazione con Amazon e Accenture, per parlare delle nuove dimensioni del lavoro attraverso il mix di persone, competenze e tecnologie e il dialogo tra imprese e istituzioni

Il Leone

Il green è anche nelle strategie della più grande società di assicurazioni italiana, ovvero Generali: «Il ciclo strategico 2022-2024 ruoterà intorno al concetto di innovazione, il cui cardine sarà proprio la sostenibilità, che per noi non è solo ambiente ma anche gestione degli stakeholders — illustra Alberta Zamolo, Head of Group Academy di Generali —. A breve sarà disponibile un corso di "sustainability awareness", poi proseguiremo con programmi più tecnici e con la creazione di una "new role school", un percorso più approfondito e verticale per dare la possibilità, a chi lo desidera, di valutare la carriera da manager della sostenibilità. Abbiamo bisogno di formare internamente figure specifiche che non sono semplici da trovare sul mercato». La strategia di formazione di Generali non si limita alla sostenibilità, ma parte da lontano. Nata nel 2014,

Il volto/2
Alberta Zamolo,
Head of Group
Academy
di Generali
In programma
un corso
sulla sostenibilità

con mission ristrette ad ambiti come compliance e sicurezza, si è evoluta da quando, con il piano strategico 2019-2021, il gruppo ha deciso di investire su upskilling e reskilling, ovvero la formazione e l'aggiornamento di nuove competenze per supportare gli obiettivi strategici. Nel 2021, per esempio, gli investimenti in formazione sono stati di 56,9 milioni di euro, con un tasso di adesione elevato e programmi che attraggono e trattengono i talenti: «Il nostro ceo, Philippe Donnet, si aspettava una partecipazione del 50%, mentre a fine 2021 abbiamo raggiunto un 68% di completamento dei corsi — racconta Zamolo —. Investire molto in formazione e in percorsi di punta è un modo per creare "retention" ed essere più attrattivi. Il nostro programma "We Learn", per esempio, è stato premiato a livello internazionale dal Politecnico di Milano, da Efma-Accenture e da Brandon Hall Group. Sia per i dipendenti, sia per i potenziali candidati è stimolante sapere che offriamo programmi che vengono riconosciuti per la loro qualità».

LA STORIA DI UN AMORE SENZA FINE

DIAMO NUOVA VITA ALLA CARTA
Tecnologia di ultima generazione e una filiera integrata verticalmente, dalle resine della carta da riciclare alla cartina, dagli ondulati agli scartifici: Pro-Gest dà vita a un modello di economia circolare 100% italiana.

PRO-GEST GROUP
paper back to life

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Accenture e Generali hanno creato percorsi interni con programmi di formazione continua per potenziare le loro risorse. Dalla sostenibilità all'innovazione, investire sulle nuove competenze diventa leva di «retention», attrattività e successo di mercato

di **Andrea Bonafede**

La sostenibilità per le aziende non è più solo un obiettivo da raggiungere in futuro, bensì una pratica da applicare subito.

A dimostrarlo è un rapporto di Anpal e Unioncamere, secondo cui nel 2021 le imprese italiane hanno richiesto al 76,3% delle assunzioni programmate (circa 3 milioni e mezzo di profili) il possesso di competenze green come requisito essenziale. E 1,6 milioni di contratti firmati, pari al 34,5% del totale, sono stati veri e propri «Green Jobs». A far da contraltare a questi dati, che rappresentano segnali di una tendenza positiva, c'è però il mismatch tra domanda e offerta di lavoro: nello specifico, è stata rilevata una difficoltà di reperimento delle competenze green per il 33,8% delle entrate.

Da un lato, dunque, ci sono le aziende che cercano profili green, dall'altro invece un mercato del lavoro che non soddisfa queste richieste. Non



Il volto/1

Sandro Orneli,
Europe
Sustainability
Strategy Lead
di Accenture
Nel 2022 è iniziata
la Green Academy

appare un caso, dunque, se alcune grandi organizzazioni stanno cercando di ovviare a questa discrepanza con programmi di formazione per il proprio capitale umano.

noi scegliamo quello che ha l'impronta più sostenibile — racconta Orneli —. E con l'iniziativa dell'Academy, che per ora si rivolge a una fascia di popolazione più giovane e ha l'obiettivo di costruire una nuova generazione di consulenti e analisti, forniamo ai dipendenti gli strumenti per applicare questi concetti in modo trasversale e flessibile nei diversi ambiti del nostro business. Noi non vogliamo creare la figura del «sustainability specialist», ma quella del «sustainability integrator», ovvero colui che arricchisce le proprie strategie con dinamiche sostenibili».

La scelta di creare una Green Academy da parte di Accenture, che a livello globale nel 2021 ha investito circa 900 milioni di dollari in formazione, è dovuta sia alla mancanza di figure specializzate nel campo della sostenibilità sia alla volontà di far partire il cambiamento dall'interno: «Riceviamo un buon numero di candidature che abbracciano l'ambito green, ma sono ancora poche rispetto alla popolazione di Accenture — spiega Orneli —. Per questo motivo vogliamo estendere la sostenibilità al nostro capitale umano, anche perché i primi a dover applicare la trasformazione siamo noi stessi».

Il Master verde

Un esempio è la Green Academy di Accenture, che Sandro Orneli, Europe Sustainability Strategy Lead della multinazionale, ha definito «un Master della sostenibilità, perché da anni offriamo a tutti i nostri dipendenti programmi, come il «Sustainability Quotient» o l'accesso ai contenuti di partner come Oxford University, che sono serviti a dare un'infarinatura generale sul tema. Noi la chiamiamo «l'accademia del fare», perché è arrivato il tempo di agire».

Con la Green Academy — la cui prima edizione, che conta cento iscritti, è iniziata a febbraio e si concluderà a giugno — Accenture intende fare un passo avanti sul tema della sostenibilità: «Abbiamo scelto di integrarla nelle tecnologie e nei nostri processi decisionali, tanto è vero che, a parità di valore dei progetti sottoposti alla nostra valutazione,



● L'iniziativa

«Capitale umano» è la serie di incontri organizzati dal *Corriere* e *L'Economia*, in collaborazione con Amazon e Accenture, per parlare delle nuove dimensioni del lavoro attraverso il mix di persone, competenze e tecnologie e il dialogo tra imprese e istituzioni

SENZA FINE



Il Leone

Il green è anche nelle strategie della più grande società di assicurazioni italiana, ovvero Generali: «Il ciclo strategico 2022-2024 ruoterà intorno al concetto di innovazione, il cui cardine sarà proprio la sostenibilità, che per noi non è solo ambiente ma anche gestione degli stakeholders — illustra Alberta Zamolo, Head of Group Academy di Generali —. A breve sarà disponibile un corso di «sustainability awareness», poi proseguiremo con programmi più tecnici e con la creazione di una «new role school», un percorso più approfondito e verticale per dare la possibilità, a chi lo desidera, di valutare la carriera da manager della sostenibilità. Abbiamo bisogno di formare internamente figure specifiche che non sono semplici da trovare sul mercato».

La strategia di formazione di Generali non si limita alla sostenibilità, ma parte da lontano. Nata nel 2014,

Il volto/2

Alberta Zamolo,
Head of Group
Academy
di Generali
In programma
un corso
sulla sostenibilità



Il volto/2

Alberta Zamolo,
Head of Group
Academy
di Generali
In programma
un corso
sulla sostenibilità



con mission ristrette ad ambiti come compliance e sicurezza, si è evoluta da quando, con il piano strategico 2019-2021, il gruppo ha deciso di investire su upskilling e reskilling, ovvero la formazione e l'aggiornamento di nuove competenze per supportare gli obiettivi strategici.

Nel 2021, per esempio, gli investimenti in formazione sono stati di 56,9 milioni di euro, con un tasso di adesione elevato e programmi che attraggono e trattengono i talenti: «Il nostro ceo, Philippe Donnet, si aspettava una partecipazione del 50%, mentre a fine 2021 abbiamo raggiunto un 68% di completamento dei corsi — racconta Zamolo —. Investire molto in formazione e in percorsi di punta è un modo per creare “retention” ed essere più attrattivi. Il nostro programma “We Learn”, per esempio, è stato premiato a livello internazionale dal Politecnico di Milano, da Efma-Accenture e da Brandon Hall Group. Sia per i dipendenti, sia per i potenziali candidati è stimolante sapere che offriamo programmi che vengono riconosciuti per la loro qualità».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

