



The time is now. Creative art contest 2014

Abbiamo ricevuto rappresentazioni, in qualsiasi forma artistica: scrittura musica video fotografia arti plastiche e visive che raccontano sogni, desideri e ambizioni dei giovani per cambiare il futuro.

PRIMO PIANO

4. "THE TIME IS NOW" CREATIVE ARTS CONTEST 2014

MASTERS AT A GLANCE

6. 37 NUOVE AVVENTURE L'AVVIO DEI MASTER IN STRATEGIA E MANAGEMENT D'IMPRESA, ACCOUNT MANAGEMENT & HR SERVICES, INTERNATIONAL MANAGEMENT

8. MASTER IN INTERNATIONAL MANAGEMENT IN VISITA ALL'IFI

10. MASTER IN TOURISM MANAGEMENT IL CONTRIBUTO ISTAO PER LO SVILUPPO DEL SETTORE

12. IL TEAM BUILDING ISTAO COLPISCE ANCORA

EXECUTIVE EDUCATION

14. IL CORSO MANAGERIALE IN TECNOLOGIE E MANAGEMENT DELL'INNOVAZIONE SI SPOSTA A TRIESTE: WORKSHOP IN AREA SCIENCE PARK E VISITA ALLA ILLY

16. AL FIANCO DELLE IMPRESE CHE INVESTONO SUI GIOVANI

CONVENTION & MEETING

18. STARTUP WEEKEND ASCOLI PICENO: 54 ORE PER CREARE UN'IMPRESA

20. ISTAO E MADE IN MARCHE: RIFLETTIAMO SUI NUOVI MODELLI ORGANIZZATIVI DELLA MANIFATTURA REGIONALE

EVENTI

23. INTERNATIONAL TOOLS, STRUMENTI PER L'INTERNAZIONALIZZAZIONE

24. LE MIGLIORI PRATICHE NELLA PROFESSIONE DELL'HR

26. MANAGER PER 5 GIORNI: L'ESPERIENZA DI 19 STUDENTI UNIVERSITARI

NEWS

28. VILLA TOFANI IL VIVAIO DI ISTAO AD ASCOLI PICENO

SPECIAL PROJECT

30. "NUOVI PERCORSI DI MEDITAZIONE NELLE MARCHE" UN PROGETTO INNOVATIVO PER IL TURISMO RELIGIOSO

C'ERAVAMO ANCHE NOI

32. IL MERCATO DEL LAVORO E LA PERSONA IL FATTORE CHE COSTRUISCE

34. L'ISTAO SALE IN CATTEDRA...

36. IN GIRO PER LE UNIVERSITÀ D'ITALIA

ALUMNI CLUB

38. TANTI PROGETTI PER IL CLUB ALUMNI DELL'ISTAO

PLACEMENT

40. E DOPO LO STAGE....

Pubblicazione a cura
dell'Istituto Adriano Olivetti

Anno 2014 n° 6

Direttore responsabile

Giuliano Calza

Comitato di Redazione

Giuliano Calza

Catia Baldinelli

Sara Paoletti

Progetto grafico

Studio Conti

GLI IMPEGNI PER IL PROSSIMO TRIENNIO

Arriviamo a queste festività dopo un autunno denso ed intenso per tutte le attività che abbiamo portato avanti come ISTAO.

In particolare la più impattante, ed in un certo senso rassicurante, è stata la rielezione per acclamazione del Presidente, dott. Andrea Merloni che garantirà quindi un ulteriore triennio di continuità e crescita.

Avrò pertanto il piacere ed il privilegio di continuare a dirigere questo prestigioso Istituto con un ottimo Presidente ed un affezionato e presente Consiglio di Amministrazione.

Non ci siamo fermati a questo, il nuovo paradigma economico e industriale ci impone un impegno che vada al di là di quello fino ad oggi profuso e che superi anche il limite del possibile.

Il grande vantaggio è quello di avere un'ottima squadra di professionisti Junior e Senior che con il loro slancio, entusiasmo ed energia, sono di continuo stimolo al miglioramento.

Ci aspetta un importante lavoro per completare il disegno delineato tre anni fa dal Presidente Merloni.

Le tre parole chiave del primo mandato sono state: Eccellenza, Internazionalizzazione e Reputazione.

Le tre parole chiave che accompagneranno i prossimi tre anni sono: Ecosistema, Focalizzazione e Macroregione.

La strategia della presidenza Merloni, che all'inizio sembrava molto ambiziosa, al termine di questi tre anni ci ha dato ragione in termini di risultati che hanno visto una costante crescita del turnover, un bilancio sempre attivo e l'investimento sul team.

Ora, se il buongiorno si vede dal mattino - attualmente sono in svolgimento 3 Master, 2 corsi executive e un programma di formazione europeo presso la sede di Ascoli - anche quest'anno sembrerebbe un'annata positiva sebbene i segnali che ci arrivano dagli stakeholder e dall'esterno non sembrano confortanti.

Sarà un anno difficile, dovremo sempre più garantire lo sviluppo e la crescita dell'ISTAO affidandoci alle nostre capacità, alle peculiarità che hanno reso questa Scuola un'eccellenza nel suo genere ed un obiettivo a cui tendere.

In pratica gli obiettivi strategici e fondamentali che ci poniamo per questo triennio vanno nella direzione di costruire un ponte d'eccellenza internazionale tra formazione e lavoro che possa essere realizzato attraverso:

- l'efficacia e l'efficienza dell'ISTAO come promotore di cultura ed amplificatore di business per le aziende;
- la capacità della Scuola di essere sostegno primario all'educazione della nuova classe manageriale;
- l'adeguamento dei programmi alle esigenze delle imprese;
- la gestione nel modo migliore delle complessità dello scenario competitivo;
- la ripresa della ricerca economica per far ritornare ISTAO il perno e il fulcro dell'orientamento economico regionale e non solo.

Sono fermamente convinto che solo mettendo la formazione al centro delle strategie d'impresa si potranno trovare nuovi modelli di sviluppo per gli anni a venire.

**Un sincero augurio per le imminenti festività natalizie
Giuliano Calza**

THE TIME IS NOW CREATIVE ARTS CONTEST 2014

TOMMASO GRIECO, CHIARA MAZZOCCHI, MEISAM SERAJI-ZADEH MOHAMMAD ABADI, MATILDE PIAZZI, GLORIA RECANATINI

Sono questi i nomi dei magnifici 5 – i vincitori della prima edizione del “The Time is now” Creative Arts Contest 2014, il concorso lanciato questa estate dall’ISTAO e che ha riscosso grande successo.

Sono arrivate numerose 291 opere da giovani artisti provenienti da tutta Italia e dall’estero che ci hanno fatto capire che si può e si deve dare spazio alla cultura e alla creatività espressiva delle nuove generazioni.

La Business School, da sempre attenta alle dinamiche e alle esigenze dei giovani, ha voluto proporsi con una veste nuova; ai ragazzi (dai 16 ai 35 anni) è stato chiesto di manifestare la loro creatività e la loro spinta innovativa attraverso rappresentazioni e testimonianze, in qualsiasi forma artistica, che raccontassero la loro vitalità, forza, desideri, ambizioni e le proprie spinte interiori. Sono infatti i giovani che rappresentano i reali agenti di cambiamento e di sviluppo.

Il contest infatti, attraverso l’opera di diffusione delle testimonianze raccolte, ha voluto dare visibilità alle istanze di innovazione che giungono dalle nuove generazioni.

Adriano Olivetti, analizzando il momento storico che l’Italia si trovava a vivere a metà degli anni 50, scriveva che “*il rinnovamento può dirsi in cammino per i vari segni che le forze dei giovani ci indicano riempiendoci di speranza*” (A. Olivetti, Il cammino della comunità). Anche i nostri giorni coincidono con un momen-

to di cambiamento cruciale e oggi più che mai è necessario che le energie dei giovani intervengano nel processo di sviluppo della società e dell’economia italiane, offrendo un contributo decisivo in termini di rinnovamento.

L’ISTAO ha scelto quindi di raccogliere queste testimonianze in forma di elaborati artistici per ribadire il valore della cultura e delle sue manifestazioni individuali, anche in un ambito come quello socio-economico, secondo l’idea per cui la cultura ha una “*virtù rivoluzionaria che dà all’uomo il suo vero potere e la sua vera espressione*” (A. Olivetti, Il cammino della Comunità).

E i giovani non ci hanno tradito. Sono arrivate numerose opere appartenenti a tutte le categorie in concorso: Scrittura • Musica • Video • Fotografia • Arti plastiche e visive, veramente originali e alcune realizzate anche con l’ausilio di supporti tecnologici, proprio a sottolineare che i giovani sono già nel futuro e ci conducono verso la naturale e necessaria evoluzione.

Merito dell’ISTAO è stato anche quello di aver messo insieme una giuria qualificata che rappresentasse tutte le categorie artistiche in concorso, formata da: **BARBIERI Guido**, Docente di Storia della Musica al Conservatorio “Rossini” di Pesaro e critico musicale de “La Repubblica”; **CARLOROSI Roberto**, Fondatore e socio dello Studio Conti di grafica pubblicitaria e comunicazione visiva; **CUCCARONI Valerio**, Presidente di www.niewiem.org; **DAVOLI Filippo**, Poeta, autore teatrale, critico musicale, direttore della Rivista “Ciminiera”; **DI IANNI Maurizio**, Fotografo; **GHERGO Cristina**, Fotografa; **GNOCCHI Didi**, Founder di 3D e



Teneteli d'occhio perché sentiremo parlare di loro!

Categoria Fotografia

Matilde PIAZZI

Laureata in Storia dell'arte contemporanea al DAMS di Bologna con una tesi in cinematografia sperimentale dal titolo "Cinema e Pittura. Elio Petri: un'analisi di caso". Nel 2012 vince il GECO AVR-concorso internazionale di fotografia d'architettura. Nel 2013 frequenta il corso avanzato di fotografia digitale al Central Saint Martins College of Arts and Design di Londra. Lo stesso anno il photobook Rinascimento viene selezionato tra i finalisti al concorso internazionale Unseen Dummy Award di Amsterdam. Nel febbraio 2013 la sua prima personale a Spazio Lavi di Macerata. Nel 2014 riceve una menzione speciale con borsa di studio al concorso fotografico IED/CANON/D Repubblica "Le vite degli altri". Nel 2014 partecipa alla collettiva "Tutto è paesaggio" alla galleria Duepunti Lab di Bologna.

Categoria Arti Visive

Gloria RECANATINI

Nasce ad Ancona nel 1980. Dopo il diploma artistico vince una borsa di studio per animatore e modellatore 3D presso lo IAL e lavora come grafico per alcuni anni. Si iscrive all'Accademia di Belle Arti di Macerata e successivamente partecipa a workshop e progetti in Irlanda, Svezia, Inghilterra e Romania. Tra le mostre più rilevanti, espone nel 2012 a I PITTORI DEL VICOLO - mostra d'arte di giovani artisti emergenti di talento, personale di una settimana. 2013 collettiva fiera Paratissima nella sede dell'ex mercato ortofrutticolo MOI a Torino. 2014 mostra collettiva "Your Perception" curata da Francesca Corlazzoli a Torino Esposizioni per Paratissima.

Categoria Video

Chiara MAZZOCCHI

Fotografa, Videoartist, Performer, Director. <http://www.chiaramazzocchi.com/bio.html> - Vive e lavora a Berlino

Categoria Musica

Tommaso GRIECO

Nasce ad Acerra nel 1990. Attualmente studia musica elettronica presso il Conservatorio di Avellino. È socio fondatore del progetto Laboravideo, dove si occupa di sound design, composizione musicale e video arte. Vive e lavora ad Aversa e all'estero. Collabora con diversi artisti internazionali come Angelo Musco, Mariangela Levita e Laura Nioia. Vincitore della sezione videoarte alla biennale di Salerno 2014.

Categoria Letteratura

Meisam SERAJZADEH

Studia filosofia a Milano dove risiede per motivi di studio

Ultrafragola, (dalla tv al web, dall'evento, all'installazione, dalla mostra all'educational); **MOLTENI Francesca**, Founder MUSE Project Factory; **SALMONI Vittorio**, Architetto, Urbanista; **SASSO Mario**, Artista; **VALMARANA Cecilia**, Produttore; **VLAD Alessio**, Compositore, direttore d'orchestra e organizzatore musicale, Direttore Artistico del Teatro dell'Opera di Roma.

Giovedì 18 dicembre scorso si è tenuta all'ISTAO la cerimonia di premiazione durante la quale sono stati assegnati i premi ai vincitori per le rispettive categorie.

Per le categorie: Musica – Arti Visive e plastiche – Letteratura e Video, sono stati assegnati ai vincitori gli Olipad della Olivetti offerti dalla TreGi di Ancona, rappresentata da Michele Dubbini che ha consegnato i premi; per la categoria Musica è stato assegnato al vincitore un impianto di amplificazione offerto dalla FBT Elettronica di Recanati, rappresentata da Chiara Palmieri che ha conse-

gnato il premio a Tommaso Grieco. Durante la cerimonia di premiazione, i giurati presenti – Roberto Carlorosi, Valerio Cuccaroni e Vittorio Salmoni – hanno espresso giudizi molto positivi sugli artisti che hanno partecipato al concorso e sulle opere ricevute che contengono la luce del rinnovamento e della creatività. Tutti hanno affermato l'importanza per l'ISTAO di aver organizzato un concorso culturale che sicuramente continuerà a dare frutti interessanti per il futuro ed importanti stimoli di riflessione.

Le 155 opere selezionate dai giudici sono oggetto di una mostra virtuale allestita all'ISTAO che durerà fino al 31 gennaio prossimo.



37 NUOVE AVVENTURE

L'AVVIO DEI MASTER IN STRATEGIA E MANAGEMENT D'IMPRESA, ACCOUNT MANAGEMENT & HR SERVICES, INTERNATIONAL MANAGEMENT.

Tra fine ottobre e inizio novembre hanno preso avvio tre Master. Si tratta dei percorsi in Strategia e Management d'Impresa, in International Management e in Account Management & HR Services. Per il 48° anno, dopo la pausa estiva l'ISTAO è tornato a popolarsi di allievi. E una nuova avventura ha inizio. 37 nuove avventure.

Tanti infatti sono i ragazzi che frequentano le nostre aule. 13 per lo SMI, 16 per l'International e 8 per l'Account Management.

Ma chi sono gli allievi di oggi?

Sono giovani che hanno tra i 23 e i 35 anni (l'età media è di 27 anni), provengono da diverse facoltà e per la maggior parte possiedono un titolo di laurea specialistica (29 su 34 hanno un titolo Magistrale con una media di 106 come voto di Laurea).

Arrivano da tutta Italia (Marche, Abruzzo, Umbria, Campania, Lazio, Sicilia) e anche da qualche Paese europeo (Polonia, Albania, Slovacchia). Se diversi hanno alle spalle delle esperienze lavorative di vario genere (solo 7 su 34 non hanno avuto pregresse esperienze di lavoro), la maggior parte di loro ha conseguito la laurea da non più di un anno (16) o da non più di due anni (11). Molti hanno avuto delle esperienze all'estero, anche importanti, di studio e di lavoro, tutti parlano almeno una lingua straniera e 28 ne parlano almeno due.

Ma perché si accostano al nostro Istituto e decidono di investire le proprie risorse e il proprio tempo nei percorsi formativi che proponiamo?

Alcune risposte sono proprio loro a fornirci, attraverso quello che è emerso nelle prime settimane di aula. Durante questo periodo -come siamo soliti fare all'avvio di ogni Master- abbiamo chiesto loro di riflettere e di esplicitare gli obiet-

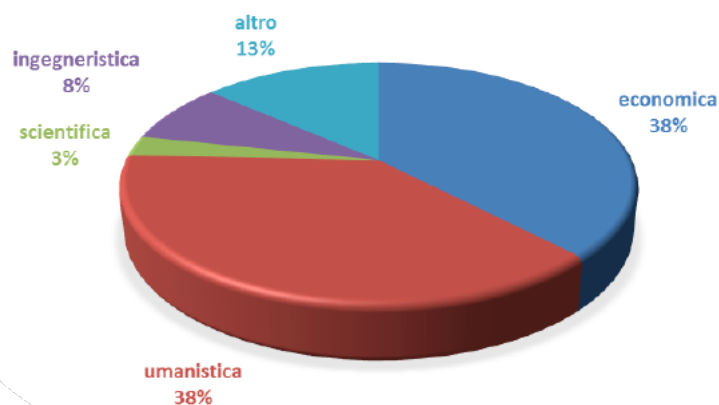
Spero e penso che questo Master aiuterà a migliorare la mia autoconsapevolezza per capire come sfruttare al meglio le mie attitudini e capacità rendendole compatibili con il mondo del lavoro.

Stefano, Master in Strategia e Management d'Impresa

tivi di crescita e di sviluppo professionale e personale che ciascuno si prefigge per i mesi che passerà con noi.

La maggior parte ha deciso di iniziare a frequentare il Master con l'obiettivo di acquisire ulteriori competenze e nuovi strumenti operativi. A questa motivazione seguono l'inserimento nel mercato del lavoro e, in misura minore, il desiderio di svolgere nuove at-

ALLIEVI MASTER ISTAO 2014/15
TIPO DI LAUREA



tività in nuovi settori aziendali e quello di migliorare la propria posizione nel

Desidero capire quale sia la posizione giusta, in cui spendere le mie competenze nel mercato del lavoro.

Silvia, Master in Account Management & HR Services

Il Master è anche una buona opportunità per svilupparmi e crescere come persona.

Grzegorz, Master in International Management



mercato del lavoro.

La maggior parte ha già le idee chiare sul tipo di percorso lavorativo che intende intraprendere o sull'ambito professionale in cui intende inserirsi al termine del processo di formazione, soprattutto tra gli allievi dei Master in International Management (export manager, commerciale estero, marketing e customer services in aziende fortemente orientate ai mercati internazionali) e in Account Management (Account Manager nel settore delle APL o HR specialist). Questi percorsi sono infatti caratterizzati da una focalizzazione professionalizzante piuttosto precisa mentre lo SMI apre ad una conoscenza pratica dell'azienda a 360 gradi. Il Master in Strategia e Management d'Impresa consente agli allievi di inserirsi in funzioni aziendali diverse a seconda del proprio profilo, delle proprie attitudini e delle proprie caratteristiche. In questo caso gli ambiti più gettonati sono quelli del marketing, del brand management, del sales -anche in contesti internazionali-, del controllo di gestione e dell'amministrazione. Molti allievi, anche coloro che hanno già le idee chiare su quello che vogliono fare da grandi, avvertono il Master come occasione ulteriore per capire come poter mettere a frutto le proprie competenze e il proprio talento nel mercato del lavoro, capire rispetto a quali ambiti e a quali settori il proprio profilo risulta maggiormente spendibile e maggiormente attrattivo per le aziende e avviare

o consolidare un progetto professionale ricco di soddisfazioni.

Da tutto lo Staff ISTAO, che ha l'onore e la responsabilità di accompagnare al meglio il percorso dei nuovi allievi, un grande in bocca al lupo per un proficuo lavoro... Salpate gli ormeggi e che l'avventura abbia inizio.

Mi piacerebbe lavorare in un'agenzia per il lavoro e diventare esperto in risorse umane.

Davide, Master in Account Management & HR Services

Desidero lavorare in un'impresa di cui condivido progetti e idee.

Michele, Master in Strategia e Management d'Impresa

La possibilità di incontrare persone e analizzare aziende a livello internazionale mi ha reso ancora più determinata nel raggiungere i miei obiettivi, imparando strada facendo. Intendo intraprendere il mio percorso lavorativo con il presupposto che ho ancora molto da imparare ma con la volontà di crescere e di cercare continuamente nuovi stimoli.

Ylenia, Master in International Management

MASTER IN INTERNATIONAL MANAGEMENT IN VISITA ALL'IFI

L'ingresso in azienda è una fase sempre molto delicata, in particolare in una fase come quella che stiamo vivendo in cui, in considerazione della scarsità di offerta di lavoro, non sempre è facile fare esperienze dirette di lavoro e ottenere quindi una conoscenza sul campo del funzionamento dell'ambito business. Nel suo costante impegno di mantenere vivo il legame con le aziende, all'interno dei propri master ISTAO organizza delle visite mirate a realtà produttive marchigiane di successo così da permettere ai propri studenti di integrare quanto appreso nel corso delle lezioni con l'esperienza diretta. Venerdì 5 dicembre gli studenti del Master in International Management han-

no quindi visitato lo showroom e gli stabilimenti produttivi di IFI, azienda pesarese leader nella produzione di impianti di refrigerazione di alta tecnologia e design destinati a locali pubblici.

Il Responsabile dell'Area Comunicazione Alessio Panzieri ha guidato gli studenti prima nelle affascinanti sale dello showroom dove all'osservazione dei prodotti finiti, si accompagna il risveglio dei ricordi: i banchi frigo e i diversi allestimenti per bar della IFI sono infatti presenti in città, località turistiche e balneari. I passi all'interno dello showroom sono così sospesi tra ricordi di tempo libero e presa di conoscenza di una interessante realtà produttiva. Ne è un esempio la Tonda, una delle ultime realizzazioni IFI nel settore: premiata come opera



di design industriale, la prima vetrina gelato rotonda e rotante della storia ha rappresentato il Made in Italy nel corso delle Olimpiadi del 2012 e ha accompagnato l'anno seguente il Gelato World Tour nelle principali città dei cinque continenti.

Un aspirante manager sa ovviamente che la parte estetica non è l'unico aspetto da valutare nella commercializzazione di un prodotto: la visita ha quindi approcciato anche gli stabilimenti produttivi, mostrando agli studenti ISTAO la gestione delle linee di produzione e illustrando come sono stati risolti nella storia i problemi legati alla produttività, aumento e ammodernamento dei macchinari e la logistica.

A conclusione di tutto, il Presidente di Industrie Ili Gianfranco Tonti, ha

salutato i ragazzi del master in International Management con un accorato discorso per ricordare loro uno degli aspetti più importanti che deve caratterizzare un buon manager: la passione e l'etica del lavoro. I 47 anni di impegno con Ili del Presidente Tonti sono la prova di quanto la passione sia parte fondamentale del suo lavoro e nelle sue parole emerge orgogliosamente quanto il mondo, in particolare quello del business, ponga talvolta di fronte scelte difficili e difficoltà che richiedono più che mai di operare quanto più correttamente possibile per raggiungere il risultato più importante: essere orgogliosi del proprio operato e poter camminare a testa alta, senza nulla da nascondere se non i frutti del proprio lavoro.



MASTER IN TOURISM MANAGEMENT IL CONTRIBUTO ISTAO PER LO SVILUPPO DEL SETTORE

“ Il turismo è uno dei motori fondamentali dell'economia regionale. Però è un motore che guarda al futuro, rispetto a cui abbiamo una tradizione relativa, che deve essere consolidata dalle conoscenze. Abbiamo bisogno di più conoscenze, di più capitale umano per organizzare quello che vogliamo fare, ovvero un'economia fondata sul turismo. Un Master sul Turismo a San Benedetto del Tronto rappresenta una grande opportunità di crescita per tutta la Regione, non soltanto per la Riviera delle Palme”. Queste le parole del Presidente della Regione Gian Mario Spacca; la sfida che ISTAO ha deciso di raccogliere nell'organizzare, in collaborazione con l'Università Politecnica delle Marche, con il sostegno di Banca dell'Adriatico e il contributo e patrocinio della Regione Marche, la prima edizione del Master in Tourism Management presso la sede di San Benedetto del Tronto dell'Università Politecnica delle Marche.

Un percorso di alta formazione che è stato pensato per rispondere all'esigenza di implementare, con la collaborazione di tutti i principali protagonisti della compagine turistica del territorio, istituzioni e operatori, un processo di reengineering del sistema turistico marchigiano, agevolando, da un lato, la sedimentazione di conoscenze e competenze funzionali alla crescita e allo sviluppo del comparto, dall'altro, favorendo la diffusione di una cultura innovativa del turismo.

Coerenti con la volontà della regione Marche di entrare nei mercati ad alto valore aggiunto ed avere una riconoscibilità sul mercato globale, i partecipanti si sono cimentati, sin dall'inizio

del percorso, su analisi economiche e organizzative del patrimonio regionale fatto di ambiente, storia, cultura, luoghi di culto, enogastronomia e sulle possibilità di valorizzare un territorio prezioso sia nel mercato nazionale che internazionale.

Proprio con questa finalità gli allievi del master hanno elaborato durante il corso un progetto di ricerca che ha dato applicazione concreta a quanto appreso in aula: hanno ragionato sul concetto di prodotto turistico in termini di accoglienza, mettendo in evidenza i punti di forza e di debolezza dell'attuale struttura turistica regionale nell'ottica di promuovere le Marche quale meta di attrazione per il turista italiano e straniero.

Un lavoro di ricerca che, passando per l'analisi della domanda, dell'offerta e della concorrenza, si è concluso con proposte strategiche concrete e strumenti funzionali alla razionalizzazione del comparto.

Il lavoro, molto apprezzato dagli stakeholders del master, ha innescato un processo virtuoso di riflessione fungendo da volano per ulteriori richieste di approfondimento. Dal confronto continuo con le istituzioni sono nati i quattro project work sviluppati al termine della fase d'aula per alcuni protagonisti attivi del settore: la Regione Marche, il Comune di San Benedetto del Tronto e l'Associazione Piceno Turismo.

In questa fase, la classe ha lavorato su tematiche particolarmente sensibili e in linea con le linee strategiche di promozione turistica del territorio regionale, con particolare focus sul Piceno:

- ricalcando alcuni dei cluster di rilevanza strategica per la promozione delle Marche, in Italia ma soprattutto



to nel mondo,

- delineando una “proposta ISTAO” per fare sistema, in un territorio spesso disgregato nel proporre la propria offerta turistica.

Mare, gusto, spiritualità, cultura, natura, borghi storici, artigianato, didattica, servizi per famiglie, accessibilità, congressi sono soltanto alcune delle tematiche che sono state prese in considerazione nelle analisi svolte dai quattro gruppi di progetto, passando per “azioni di valorizzazione in chiave turistica del museo del mare” e del “turismo dei bambini” a San Benedetto del Tronto; per “nuovi percorsi di meditazione nelle Marche”, proponendo “strategie di razionalizzazione dell’offerta turistica del piceno”. Un fil rouge forte collega i lavori che confluiranno in un unico grande progetto a breve presentato in una

sessione pubblica che radunerà i più rilevanti soggetti attivi del settore, pubblici e privati.

Varie le imprese turistiche che stanno ospitando gli allievi per lo stage di fine corso; da realtà multinazionali del settore alberghiero (NH Hotel) a tour operator d’eccellenza (GoAsia srl), da enti e istituzioni pubbliche con ruoli di supporto istituzionale e di marketing del territorio (Associazione Riviera del Conero) ad aziende marchigiane d’eccellenza (Azienda Agricola Cù Cù).

Un percorso, dunque, costruito ad hoc sulle esigenze del territorio che ha bisogno di dare al turismo, risorsa inestimabile ma non ancora adeguatamente organizzata, una rilevanza strategica nello sviluppo dell’economia regionale.

IL TEAM BUILDING ISTAO COLPISCE ANCORA

6 novembre 2014, i tre master - Account Management & HR Services, Strategia e Management d'Impresa e International Management - sono iniziati da pochi giorni e nella bacheca online riservata agli allievi, un modulo misterioso fa capolino: Team building. Letteralmente, dall'inglese "costruzione del gruppo". Un po' vago... un gruppo lo si costruisce in tanti modi. Eppure ci sono delle attività che sembrano fatte apposta per insegnarci qualcosa su noi stessi: il gioco e lo sport ad esempio, i due assi attorno ai quali sono ruotate le attività della due giorni di team building guidate da **Claudia Cavaliere** e **Marco Bertocchi**. Fare la spesa e cucinare con un budget super ridotto, sapersi orientare tra le vie di Ancona rispondendo a quesiti enigmatici, scoprire il mondo del rugby sfidando vento e pioggia, scrivere uno spettacolo teatrale con 37 protagonisti in poche ore.

Perché? A cosa serve?

Nei testi che trattano di tematiche relative al mondo delle risorse umane

si trovano delle risposte a queste domande del tipo: "il team building serve per valutare i propri punti di forza e di debolezza come componente di un team", ma serve anche a capire, come scriveva lo psicologo sociale Lewin che "il gruppo è più della somma delle singole parti". Nel gioco, nello sport, la dimensione individuale e quella sociale si mescolano lasciando emergere quei comportamenti peculiari di un contesto caratterizzato dalla *condivisione di un destino comune*.

Il momento decisivo, quello che trasforma un'allegria partita di rugby o una mezza giornata di orienteering in un modulo di team building, è il lavoro del formatore che deve saper decodificare i comportamenti e le situazioni verificatesi, astrarle dal loro contesto ludico-sportivo e renderle disponibili a riflessioni di altro genere. Merito di Claudia e Marco aver trasposto quanto accaduto in un campo di rugby in un ambito organizzativo più ampio, sia esso un ufficio o un'aula. Ed ecco allora la *touche* del rugby (la rimessa laterale) trasformarsi in un simbolo di



Istituto A. Olivetti @istao - 6 nov

#OggiInIstao #teambuilding il sostegno del compagno è la regola. In meta non va uno solo ma tutta la squadra



Visualizza altre foto e video

sostegno, di supporto per arrivare più in alto, perché da soli, forse, tanto in alto non si arriva. Le regole del rugby prevedono che il giocatore sollevato dai compagni, fintanto che è tenuto in aria, non possa essere placcato fino al suo atterraggio – come a dire: fintanto che hai il sostegno del tuo team sei invincibile! E che dire dell'avanzata per portare la palla in territorio nemico? La palla va passata all'indietro: finché la squadra non "sale" – *tutta* – la meta non si fa. Tradotto: avanti tutta, ma anche e *soprattutto* avanti tutti; solisti: astenersi.

La mattinata è trascorsa invece all'insegna dell'orientee-ring, un gioco in cui il tempo ha un ruolo preponderante ma che non premia tanto i più veloci quanto chi è in grado di fare le scelte di percorso migliori. Un'attività, quindi, che premia l'intelligenza e il pensiero "laterale", quel pensiero creativo che permette di

immaginare soluzioni inedite a problematiche quotidiane. E allora, di nuovo, perché? A cosa serve allenare il pensiero laterale o creativo?

Perché il mondo in cui ci troviamo ad agire diventa ogni giorno più complesso, e la complessità, per poter essere affrontata, richiede di essere approcciata da punti di vista differenti, in modo indiretto, facendo appello a

qualità insospettabili.

Fare le scelte giuste (magari prendendosi un po' più di tempo) paga più che dimenarsi e perdere il contatto con gli obiettivi o, peggio, con la sostenibilità delle decisioni intraprese. L'etimo del termine "orientamento" sebbene rinvii ad un significato ormai desueto (l'orientamento dei templi, costruiti con la facciata verso Oriente), conserva ancora un'eco da tenere in considerazione. Se è vero che *orientamento* oggi esprime una posizione all'interno di un sistema di riferimento, è pur



Istituto A.Olivetti @istao - 6 nov

#OggiInistao #rugby metafora di squadra applicata all'azienda "



[Visualizza altre foto e video](#)

vero che il proprio verso, il proprio *sensu* è *comprensibile solo avendo presente ciò che si ha* intorno. Riconoscere negli altri, nel territorio e nei valori dei punti cardinali capaci di orientare l'agire serve a *prendere posizione* nel rispetto di quello che *abbiamo intorno* con l'effetto di costituirsi allo stesso tempo come punto di riferimento per gli altri e per la comunità tutta.

IL CORSO MANAGERIALE IN TECNOLOGIE E MANAGEMENT DELL'INNOVAZIONE SI SPOSTA A TRIESTE: WORKSHOP IN AREA SCIENCE PARK E VISITA ALLA ILLY

A avete messo a punto un nuovo prodotto innovativo e volete un finanziamento per lanciarlo sul mercato? Vi occupate di Ricerca&Sviluppo e volete che la vostra azienda implementi una vostra innovazione?

Bene, sappiate che se non siete in grado di rispondere dettagliatamente ad alcune domande, nessuno, né il vostro responsabile né un Venture Capitalist, vi darà ascolto:

- Conoscete esattamente il vostro prodotto? Ad esempio (e attenzione alla risposta) il vostro prodotto è una vitamina o combatte il dolore?
- Cosa fa in una giornata normale il vostro cliente target?
- Quanti sono, chi sono e cosa stanno facendo i vostri concorrenti?
- Quanti soldi vi servono e fino a che punto arriverete nel vostro progetto?

Stephen Taylor, direttore del trasferimento tecnologico di Area Science Park, ha discusso di questa e di altre tematiche con i 20 partecipanti al cor-

so manageriale ISTAO in *Tecnologie e Management dell'Innovazione* (5° edizione).

Il workshop di Trieste ha portato i corsisti alla scoperta di una delle realtà italiane più importanti per il sistema di creazione dell'innovazione: il **Consorzio per l'Area di Ricerca Scientifica e Tecnologica di Trieste**, questa la definizione per intero di Area Science Park, è uno dei 12 enti pubblici di ricerca vigilati direttamente dal MIUR, al pari ad esempio dell'Agenzia Spaziale Italiana e dell'Istituto Nazionale di Fisica Nucleare. Il Parco non "fa" direttamente ricerca e innovazione, ma mette a disposizione delle aziende, siano esse corporate o start-





up, un sistema e degli spazi di collaborazione fertile, in cui l'innovazione può nascere e germogliare. La vicinanza tra imprese e progetti favorisce la connessione, la collaborazione e l'innovazione *aperta*, rendendo possibili progetti altrimenti difficili da realizzare e sostenere.

La Illy, che ha sede proprio a Trieste, è una delle aziende più conosciute tra quelle che collaborano con Area Science Park: nella sua due giorni triestina, l'ISTAO ha visitato la sede centrale dell'azienda e incontrato il responsabile della R&S, Furio Suggi Liverani, che ha illustrato le strategie di ricerca e sviluppo, di creazione dei nuovi prodotti e di protezione delle innovazioni. Suggi Liverani in particolare ha spiegato come nel mercato del caffè si sia assistito ad un vero e proprio boom dei brevetti intorno al 2005, quando comparve l'innovazione del porzionamento del caffè in capsule e cialde: Lavazza e Nespresso, seguite dalla stessa Illy, hanno dato vita a una serie di esperimenti e di lanci di prodotti su un segmento di mercato che negli ultimi anni ha avuto una rapidissima crescita. Le innovazioni, le imitazioni e le rincorse sono state e sono ancora incessanti in un settore produttivo estremamente frammentato (ci sono centinaia di aziende di torrefazione solo in Italia) che vive

però un momento di rapido sviluppo. I partecipanti al corso hanno avuto quindi l'occasione di vedere l'azienda da dentro, di incontrarne i manager (tra cui Moreno Faina direttore della scuola di formazione interna, la "Accademia del Caffè"), di toccare con mano i prodotti creati all'interno...il tutto naturalmente gustando un ottimo espresso!



AL FIANCO DELLE IMPRESE CHE INVESTONO SUI GIOVANI

Anche quest'anno ISTAO si è impegnato in un progetto di formazione rivolto agli apprendisti di una grande azienda del territorio: INDESIT. Un corso *ad hoc* di 40 ore suddiviso in cinque giornate decisamente intense. 19 giovani (rigorosamente sotto i 30 anni) per un totale di 665 ore/uomo. 9 moduli per altrettanti docenti, tutti prove-

re i fabbisogni formativi nella maniera più interattiva e flessibile possibile. Un corso che ha visto gli allievi impegnati in numerose esercitazioni e lavori di gruppo in pieno stile ISTAO, dalla costruzione di un organigramma di una grande azienda passando per i fondamentali del public speaking, un approfondimento sull'analisi di bilancio per capire quali indicatori rivelano lo stato di sa-



nienti dal mondo delle imprese, con un ampio bagaglio d'esperienza e una grande voglia di condividerlo con i giovani allievi del corso. Sono questi gli ingredienti che hanno trasformato un corso relativamente breve in un'esperienza d'apprendimento entusiasmante. Questo è quello che si deduce dalle valutazioni degli allievi che modulo per modulo hanno orientato la didattica consentendo di incontra-

lute di un'impresa per poi virare sulle strategie di marketing più innovative e su come è opportuno organizzare la forza vendite di un'impresa che opera a livello mondo.

Il corso si iscrive nell'ambito di un processo di valorizzazione delle risorse in INDESIT che parte da un presupposto decisamente *hard*, un contratto, l'apprendistato, che seppur poco usato in Italia presenta delle caratteristi-

che tali da conferire alla formazione un ruolo assolutamente centrale.

Come citato nel testo dello scorso anno, *Work in Progress. Scenari e prospettive del lavoro e del welfare*, (G. Fatali e G. Falasca, FrancoAngeli Ed.):

“Indesit Company intende valorizzare l'apprendistato con una formula propria, mirata a cogliere e ottimizzare la portata delle leve ritenute maggiormente efficaci e distintive. Il programma “Indesit & I” sviluppato con le Università, offrirà inoltre un percorso formativo ancora più ampio grazie alla collaborazione con la Business School ISTAO”.

Come partner di questo progetto ISTAO si impegna a fare quello che da quasi 50 anni gli riesce meglio: diffondere e trasferire ai giovani quella cultura d'impresa, quell'attenzione verso la persona e la comunità senza le quali le competenze diventano strumenti sterili, buoni per lavorare, un po' meno buoni per sentirsi felici.

“Indesit Company intende valorizzare l'apprendistato con una formula propria, mirata a cogliere e ottimizzare la portata delle leve ritenute maggiormente efficaci e distintive. Il programma “Indesit & I” sviluppato con le Università, offrirà inoltre un percorso formativo ancora più ampio grazie alla collaborazione con la Business School ISTAO”



Executive Education

INTERNATIONAL
GRADUATES
EDUCATION

Edition 2014

NOVEMBER-DECEMBER 2014

Duration 5 days

Location:
ISTAO Business School, Ancona



OBJECTIVES_STRUCTURE AND
METHODOLOGY_LOCATION_TIMING

20-21 NOVEMBER
PEOPLE MANAGEMENT & ORGANIZATION,
EFFECTIVE COMMUNICATION AND MARKETING

3-4-5 DECEMBER
FINANCE FOR NON FINANCIALS, SALES ORGANIZATION,
SAFETY ON THE WORKPLACE, PPT PRESENTATION SKILLS

CROSS MODULES
EXCEL - BUSINESS ENGLISH

>

1

2

3

executive education

STARTUP WEEKEND ASCOLI PICENO: 54 ORE PER CREARE UN'IMPRESA

90 iscritti
24 idee presentate
10 idee selezionate
54 ore di lavoro
1600 caffè bevuti
1400 post-it utilizzati
4 team vincitori

Sono questi i numeri della prima edizione di Startup Weekend Ascoli Piceno, organizzata da ISTAO, Confindustria Giovani Ascoli Piceno e il Polo Scientifico Tecnologico e Culturale Hub21, che si è tenuta dal 3 al 5 ottobre nella suggestiva cornice della Cartiera Papale. Primo appuntamento in assoluto nelle Marche, Startup Weekend è il format più famoso al mondo di startup competition rivolta a tutti coloro che hanno delle idee e vogliono tradurle in progetti; ad oggi, si contano più di 1.500 eventi organizzati in circa 730 città nel mondo.

Se per noi comuni mortali il weekend passa troppo rapidamente e magari senza aver fatto qualcosa di particolarmente produttivo, beh...

in poco più di 2 giorni i partecipanti hanno sviluppato un'idea di business e progettato una potenziale startup.

Dopo che nella serata di venerdì sono stati formati i team per sviluppare le 10 migliori idee tra tutte quelle presentate, dal sabato si è iniziato a fare sul serio. Teste chine sui tavoli sommersi da fogli, pennarelli, pc e dispositivi vari, i ragazzi hanno lavorato ininterrottamente sui loro progetti, potendo contare anche sul supporto del "facilitator" Simone Santagata e dei "coaches". Figure chiave di ogni Startup Weekend, il facilitator ha svolto il ruolo di canalizzatore, di guida, ascoltando, stimolando e orientando i team, mentre i coaches, ognuno esperto in un determinato ambito, hanno fornito consigli e suggerimenti, sia su richiesta che con mini-conferenze organizzate nell'arco del weekend. E così si è arrivati al momento finale di domenica

pomeriggio, quando davanti ad una numerosa platea, costituita dal pubblico e soprattutto dalla giuria, i team





hanno esposto in 5 minuti la loro idea, presentandone business model, strategie di marketing e, in alcuni casi, anche una demo o un prototipo. A classificarsi al primo posto è stato il team di Cleffy, piattaforma online per imparare a suonare uno strumento musicale attraverso una voce guida (Simone Lucidi, ideatore, Matteo Annibali, Michele Falconi, Davide Filiaggi, Marco Marini). L'idea è particolarmente innovativa ed originale, di fatto non esiste nulla di simile sul mercato nell'ambito musicale; ci si collega al sito armati, ad esempio, di una chitarra e si suonano gli accordi o brani di difficoltà crescente e se dal pc si sente una voce esclamare "questa sì che è buona musica", allora vuol dire che si è sulla buona strada. Il secondo gradino del podio è stato occupato da Talking Hands, un dispositivo indossabile combinato ad un software in grado di tradurre gesti in parole, utile soprattutto a persone affette da sordità e mutismo (Francesco Pezzuoli, ideatore, Giancarlo Ciotti, Daniele Fanì, Fabrizio Gianni e Fabio Rella). Terza posizione, invece, per Design Around, piattaforma online che consente di ricorrere a designer per arredare la propria casa o una stan-

za in particolare (Francesco Santini, ideatore, Davide Angelici, Massimo Capozucca, Luca Croci e Claudia De Bois).

Infine menzione turismo per Rural Experience (Andrea Lattanzi, ideatore, Lucia Brandimarti, Carla Ciaffoni, Jacopo Cinelli, Francesco Palma e Francesca Romana Sabbatini), progetto volto a rilanciare il turismo rurale nel territorio piceno per evadere dalla quotidianità ripartendo dalla terra e dalle tradizioni del passato.

Sebbene ci siano stati solo tre vincitori, tutti i progetti sono stati particolarmente interessanti e di elevata qualità, considerato anche il poco tempo a disposizione; si spera che possano essere ulteriormente sviluppati e portare alla nascita di nuove startup.

Startup Weekend ha permesso ai ragazzi iscritti di sentirsi imprenditori per un weekend e mettersi in gioco anche solo per divertimento; è un'opportunità unica per avviare nuove attività, trovare partner o investitori per la propria idea, fare networking, acquisire nuove skills.

Perciò se anche voi avete un'idea che volete trasformare in impresa, l'appuntamento è per la prossima edizione!

Cleffy, i vincitori

ISTAO E MADE IN MARCHE: RIFLETTIAMO SUI NUOVI MODELLI ORGANIZZATIVI DELLA MANIFATTURA REGIONALE

Nell'ambito degli incontri territoriali organizzati dal Comitato Leonardo, nato nel 1993 per promuovere l'immagine dell'Italia nel mondo, il 13 ottobre 2014 si è tenuto il IX° appuntamento presso l'azienda iGuzzini Illuminazione di Recanati (MC). All'incontro, sono intervenuti rappresentanti delle Istituzioni e del mondo dell'imprenditoria, tra cui il Presidente del Comitato Leonardo **Luisa Todini**, il Presidente della Regione Marche **Gian Mario Spacca**, Il Presidente di Confindustria Marche **Nando Ottavi**, il Direttore Generale dell'Agenzia ICE **Roberto Luongo**, il Presidente di iGuzzini Illuminazione **Adolfo Guzzini**.

Gli interventi dei relatori hanno sostanzialmente confermato la vocazione internazionale delle imprese marchigiane che nel 2013 hanno contribuito, con 11,6 miliardi di euro (+12% rispetto al 2012), al 3% dell'export complessivo del Paese. Con riferimento al Made in Italy nelle Marche, la Presidente Todini ha evidenziato come le produzioni locali, anche nei settori tradizionali, si distinguano per l'altissimo livello di qualità abbinato a una dinamica capacità innovativa, tecnologica e organizzativa, che sui mercati internazionali si rivela un inimitabile vantaggio competitivo.

In prospettiva, i Paesi¹ che attualmente assorbono la parte più consistente dell'export italiano nei settori alimentare, arredo, moda e meccanica (oltre 210 miliardi di euro di importazioni nel

Imprese italiane aderenti al Comitato Leonardo: 116
Fatturato complessivo: 310 mld euro
Quota export: 55%
Imprese marchigiane: iGuzzini, Tod's Group, Maip Macchine Industriali, Poltrona Frau, Fiam
Fatturato complessivo: 1,5 mld euro
Quota export: 70%

2013, il 59% dell'export nazionale) assorbiranno il 57% delle importazioni mondiali nel prossimo triennio. Ciò significa che l'Italia, mantenendo l'attuale quota di mercato, contabilizzerebbe 28 miliardi di esportazioni aggiuntive ver-

so questi Paesi. **ISTAO** era presente con una relazione del vicepresidente Prof. Gregori che ha evidenziato come per le imprese italiane la sfida sia attualmente centrata sul miglioramento di efficienza degli aspetti logistici e organizzativi (approccio al mercato non sufficientemente informato, distribuzione poco organizzata e spesso delegata ad operatori locali, incapacità di predisporre adeguati canali distributivi) che rischiano di indebolire significativamente gli investimenti rivolti alle strategie di penetrazione di questi mercati.

All'intervento del Prof Gregori ha fatto seguito la tavola rotonda, curata e coordinata sempre da **ISTAO**, alla quale hanno partecipato 4 imprenditori di eccellenza della regione Marche: **Giovanni Clementoni** (Presidente Clementoni), **Nardo Filippetti** (Presidente Eden Viaggi), **Michele Bernetti** (AD Umani Ronchi) **Francesca Muzio** (Co-founder FM Architettura d'Interni).

I relatori sono intervenuti sul tema della prospettive del Made in Marche portando le rispettive esperienze con riferimento ai seguenti punti:

- quali sono i vantaggi competitivi nella specializzazione internazionale più direttamente riconducibili alla terri-

1 I 12 mercati analizzati comprendono i principali Paesi europei (Germania, Francia, Regno Unito, Svizzera, Spagna), gli Stati Uniti, il Giappone e Paesi di più recente industrializzazione come Turchia, Russia, Cina, Brasile e Emirati Arabi. I dati sono relativi all'ultima ricerca promossa dal Comitato Leonardo e realizzata dall'Agenzia ICE in collaborazione con Prometeia.



torialità per le nostre imprese;

- come sono cambiati e come cambiano i mercati di riferimento per la nostra Regione;
- in quali forme e modalità l'innovazione si innesta sui settori tradizionali della manifattura e, in particolare,
- quali nuove forme organizzative della produzione si stanno delineando e possono dunque risultare proponibili per un attuale posizionamento competitivo nello scenario internazionale?

In tutti e quattro i casi aziendali la localizzazione geografica è indicata tra gli asset che hanno contribuito significativamente al successo dell'impresa sui mercati internazionali. Il vantaggio di insediarsi e mantenere "sede" nel territorio marchigiano è declinato in termini di:

- qualità tecnica e professionale dell'indotto e del sistema di subfornitori locali;
- affidabilità e fidelizzazione dei collaboratori e delle risorse umane coinvolte;

- qualità di vita e sostenibilità sociale superiori alla media nazionale e contenuta tensione sociale;
- equilibrio tra "innovazione" e "tradizione" nel segno di una produzione manifatturiera di qualità che si realizza in modi vari e differenti.

Per **Clementoni**, azienda leader nel settore dei giochi educativi con più di 50 anni di storia alle spalle e prodotti distribuiti in 56 paesi, è significativo il fatto di aver originato e sviluppato un segmento di mercato nuovo fondato sulla ricomposizione efficiente e continuativa dei seguenti elementi: scienza, ricerca, creatività, educazione, elettronica e telematica.

Per Filippetti, presidente di **Eden Viaggi**, realtà operativa del settore turistico presente nel mondo con più di 30 villaggi di primissimo livello, l'innovazione è fondamentalmente intesa come la capacità di intuire e anticipare un cambio di paradigma nel proporre e offrire il servizio turistico a un consumatore/cliente che percepisce oggi il territorio, la cultura e l'accoglienza in un rapporto indissolubile con esso.

“Made in Italy” e quindi “Made in Marche” è sostanziato in una offerta integrata di ambiente, formazione, tempo libero, servizi locali, qualità del tessuto economico e produttivo circostante. La storia di **Umani Ronchi** si sviluppa sull’idea di investimento in ricerca e miglioramento continuo della qualità del prodotto e del processo di produzione. Anche per questa azienda, di cultura e proprietà locale, alla terza generazione, che vanta una presenza riconosciuta su mercati internazionali e posizionamenti di prestigio dei suoi prodotti vinicoli, la localizzazione nel territorio marchigiano si è rivelata fin dalle origini un determinante qualitativo nonché distintivo del prodotto. A questo si è accompagnata una ricerca enologica ed agronomica che ha permesso di caratterizzare in modo fortemente innovativo e tecnologicamente avanzato un’azienda operante in un settore tradizionale quale quello vinicolo.

FM Architettura d’Interni, co-creata da Francesca Muzio, genovese adottata marchigiana, con Maria Silvia Orlandini, DNA imprenditoriale marchigiano, è una impresa che idea, progetta e realizza arredi di alto lusso nel mondo e rappresenta un nuovo modello organizzato della manifattura tradizionale. In questo particolare caso di business si ricompongono diverse esigenze: rivitalizzazione, recupero e riorganizzazione delle competenze artigianali e artistiche proprie della cultura produttiva locale, strategia ben focalizzata di internazionalizzazione su mercati di lusso, *upgrading* di conoscenze e di abilità tecnico organizzative e spiccatamente “customised” diretta alla rete di subfornitori artigiani locali.

Parole chiave del business FM sono: design, architettura, *taylor made*, organizzazione e controllo della filiera produttiva, servizio su misura e innovativo (chiavi in mano), innovazione, tecnologia e unicità valoriale dell’ar-

tigianato artistico.

La scelta di una localizzazione territoriale “provinciale” per FM è legata alla qualità del vivere bene e dei valori (“fare con qualità” e affidabilità) che restano ancora “forti in questo territorio e ancora offrono”, a detta delle fondatrici, “una *bolla di ossigeno* per chi viene da fuori...”

Ne è scaturito un modello organizzato di laboratori artigianali che coniuga i vantaggi della specializzazione produttiva locale (skills e competenze dell’artigianato di alta qualità, lavorazioni raffinate, qualificate e non in serie) con i requisiti di adattabilità, rapidità e flessibilità nella realizzazione di prodotti su misura e unici.

FM è quindi il risultato di una operazione di recupero di conoscenze e abilità manuali a rischio di estinzione attraverso la riproposizione in chiave innovata e più efficiente di lavorazioni e mestieri destinati all’abbandono. Il recupero di skills e abilità tipiche dell’artigianato artistico si trasforma dunque in una barriera competitiva che i competitors internazionali non riescono a superare in tempi adeguati e rapidi, proprio perché barriera intangibile fondata su un patrimonio di storia e cultura che sono entrate, metabolizzate, nelle arti e nei mestieri dei produttori locali marchigiani.

Il tema forte che fuoriesce da incontri come questo aprendo spazi per riflessioni e sperimentazioni a livello economico e produttivo è proprio questo: il made in Marche, attraverso l’innovazione tecnologica ma soprattutto organizzativa, può rivelarsi e “rafforzarsi” in termini di “up-cycling” delle lavorazioni tradizionali che hanno accumulato nel tempo skills e competenze uniche e ad alto valore aggiunto soprattutto nei mercati del lusso, giustificando la necessità di ripensare a una manifattura “in loco” (backshoring) e su nuove frontiere tecnologiche.

Siamo Francesco e Sandro, due studenti del Master in International Management 11^a edizione. A maggio 2014, a conclusione della fase residenziale del corso, siamo stati selezionati per svolgere il nostro tirocinio formativo presso il Gruppo Veneto Banca. Personalmente questo ci ha resi molto felici poiché lavorare nel settore del credito era un sogno che condividevamo assieme. Siamo arrivati a Montebelluna, nel cuore del Nord-Est, domenica 25 maggio e subito abbiamo potuto notare l'attaccamento e la cura che questa regione ha per il proprio territorio.

L'esperienza in banca è stata molto coinvolgente, ambiente giovane, dinamico e attento alle nuove iniziative come quella che ci è stata personalmente affidata. Siamo stati accolti con piacere dai colleghi e responsabili di ufficio che ci hanno subito inseriti nelle logiche aziendali.

Il progetto per cui siamo arrivati qui è qualcosa di innovativo per il settore del credito. Il nostro compito è stato infatti quello di mettere in campo un modello di consulenza per la clientela italiana che voglia aprirsi ai mercati internazionali. Oltre alle risorse umane messe a disposizione da ISTAO fondamentale è l'utilizzo del database "Orbis" della società Bureau van Dijk, azienda leader mondiale nella distribuzione di database per la ricerca di controparti commerciali.

Il progetto che siamo stati chiamati a sviluppare è denominato International Tools, strumenti per l'internazionalizzazione e ha l'obiettivo di fornire delle analisi approfondite su selezionati paesi del mondo. Ogni paese prescelto avrà un report che si compone sostanzialmente di tre parti: un primo dossier sul paese, dove sono descritte informazioni generiche sull'andamento socio-politico, economico e finanziario del paese, una seconda parte che analizza il mercato di uno specifico settore merceologico di riferimento (agroalimentare, arredamento e meccanica strumentale) nel paese oggetto di analisi, infine la terza parte chiamata dossier controparte

dove viene fornita una lista con nomi e delle informazioni correlate di potenziali partner commerciali per i clienti italiani della banca.

La fase successiva alla realizzazione è stata la presentazione del progetto a tutta la rete commerciale. Veneto Banca, infatti, conta oggi circa 600 filiali in 17 regioni d'Italia più 4 banche estere nell'Est Europa. Questa parte dell'attività ci ha permesso di spostarci, insieme ai nostri colleghi, nelle 5 direzioni territoriali (Nord-Ovest, Nord-Est, Centro-Nord, Centro e Sud) a presentare quanto realizzato in ufficio e ad illustrare i punti di forza e dove prestare attenzione quando consigliamo questo prodotto alla clientela della banca.

Il progetto pilota, che ha interessato l'area Maghreb, può considerarsi concluso. Ora si entra nella fase a regime che prevede la redazione di 6 report su altrettanti paesi (rispettivamente: Cina, Brasile, India, Turchia, UAE e Bielorussia) che verranno pubblicati bimestralmente nel 2015.

La complessiva realizzazione del progetto è stata molto coinvolgente e impegnativa, sicuramente un ottimo banco di prova per le nostre capacità professionali, tuttavia, le difficoltà non ci hanno abbattuto ma anzi a pervaderci è stato uno spirito di profondo ottimismo, lo stesso che ha caratterizzato tutta la nostra esperienza ISTAO.



INTERNATIONAL TOOLS, STRUMENTI PER L'INTERNAZIONALIZZAZIONE

di Francesco Pieri e Sandro Del Bufalo

LE MIGLIORI PRATICHE NELLA PROFESSIONE DELL'HR

L'HR Manager fa percorrere alle persone la loro strada perché le Risorse Umane sono la funzione strategica in azienda...

Concetti basilari come questo sul ruolo e sulla figura dell'HR ne sono stati detti molti durante la tavola rotonda che si è tenuta all'ISTAO lo scorso 4 dicembre, sul tema: "**HR DIRECTOR A CONFRONTO. Le migliori pratiche nella professione**", organizzata in collaborazione con AIDP gruppo Marche.

Centoventi minuti di riflessioni, approfondimenti e dibattiti con tre importanti ospiti: **Lara Borgo**, Direttore Risorse Umane Alstom Transport; **Alessandro Chiesa**, Direttore Sviluppo Organizzativo Ferrari e **Fabio Longo**, Direttore Risorse Umane Tod's Group, coordinati da **Giuliano Calza**, Direttore Generale ISTAO e Presidente AIDP Gruppo Marche.

Tra gli ospiti, oltre agli allievi dei Master ISTAO in svolgimento, molti dirigenti e manager proprio in questa funzione di Responsabili Risorse Umane che hanno ascoltato con crescente interesse

quanto emerso durante l'incontro. La loro partecipazione non è stata delusa perché sono stati sviluppati molti concetti importanti sul ruolo degli HR in azienda e sulle migliori pratiche in questa professione.

Si può sintetizzare l'incontro indicando alcune parole chiave sulla figura HR citate dai relatori: **sensibilità; curiosità; coerenza ed esempio; correttezza; essere irreprensibili; autorevolezza; coraggio; onestà; centralità della persona.**

Se un manager delle Risorse Umane unisce in sé queste qualità riuscirà a motivare le persone in azienda e ad ottenere risultati che vanno al di là degli obiettivi indicati in quanto farà trovare alle persone un ambiente dove poter crescere. Si trascorre molto tempo al lavoro, starci bene migliora sicuramente la qualità della vita.

Tutte le Risorse Umane devono essere coinvolte e motivate; il capo del personale che conosce e capisce i dipendenti, deve farli lavorare bene e per ottenere migliori risultati deve farli sentire importanti.





Interessante è il racconto di Alessandro Chiesa su Jean Todt che quando era Direttore Generale della Scuderia Ferrari, dopo ogni vittoria della Formula 1 il martedì andava, insieme al responsabile HR, da tutti i 900 dipendenti dell'azienda per stringere la mano e ringraziarli per l'importante lavoro svolto che aveva permesso alla vettura di salire sul podio!

In questo modo tutti sono motivati e lavorano all'unisono come una vera e propria "macchina da guerra".

Il Responsabile HR deve avere un'ottima capacità di ascolto, ascolto non rituale che fornirà soluzioni anche se non immediate e che darà risposte in base alle priorità.

Essere un bravo manager HR significa anche saper concentrarsi sulle priorità: identificarle – capire cosa è prioritario – e seguirle ma deve altresì lavorare sul presente pensando al futuro, ossia preparando oggi le competenze che serviranno tra cinque anni.

Non vanno tralasciati i valori che un manager HR deve trasmettere come la Responsabilità Sociale: le aziende possono diventare il tramite con la comunità di appartenenza. Toccante è stato il racconto di Lara Borgo che ha raccontato di una decisione presa

dai dipendenti della Alstom Transport: un Natale hanno deciso di distribuire tutti i regali ricevuti in azienda attraverso la vendita di biglietti tra i dipendenti stessi. Hanno incassato una cifra interessante con la quale è stato acquistato un abbattitore che è stato sistemato in mensa. Con l'abbattitore hanno conservato il cibo che ogni giorno non veniva consumato per poi darlo alla Caritas e alla mensa dei poveri. In un anno sono riusciti a donare ben 8.000 pasti!

Un aspetto molto importante è stato evidenziato da Fabio Longo della Tod's: la necessità di introdurre dei criteri per la valutazione del lavoro del manager HR. Questi criteri possono essere: tasso di assenteismo; felicità delle persone; referrals (dipendenti che segnalano persone da assumere, conoscendo l'azienda possono suggerire figure adatte per ricoprire determinati incarichi); mobilità interna; costo di assunzione; percentuale di diversity.

Anche per i non addetti ai lavori il seminario è risultato particolarmente interessante e stimolante perché tutti siamo persone e quando si mettono in evidenza questi valori siamo tutti coinvolti, nostro malgrado.

MANAGER PER 5 GIORNI: L'ESPERIENZA DI 19 STUDENTI UNIVERSITARI

Venerdì 21 novembre scorso sono stati presentati all'ISTAO i risultati della prima edizione del progetto “**Vivi 5 giorni da manager**” promosso da Manageritalia, Federmanager, ISTAO e Università Politecnica delle Marche.

L'obiettivo del progetto è proprio quello di offrire a giovani talenti selezionati l'opportunità di vivere per 5 giorni un'esperienza lavorativa in azienda affiancando un manager. Un'esperienza sul campo per capire cos'è il mondo del lavoro, chi è e cosa fa il dirigente, apprendere utili competenze manageriali per indirizzare il proprio futuro professionale e avere magari un'opportunità di inserimento nell'azienda. Un'esperienza preceduta da un giorno di formazione presso l'ISTAO e poi direttamente in azienda per essere per 5 giorni l'ombra del proprio manager, scelto tra i dirigenti associati a Manageritalia e Federmanager.

Numeri molto interessanti per questa prima edizione: 19 i giovani che hanno partecipato, 14 le aziende che hanno aderito, 95 le giornate totali di esperienza vissuta a contatto con i manager. In tutto quasi 800 ore di affiancamento tra giovani e manager. Più che i numeri, sono le esperienze, di cui i giovani hanno già fatto tesoro, che contano. Ragazzi (11) e ragazze (8) in gamba, selezionati accuratamente dai corsi di Ingegneria ed economia dell'Università Politecnica delle Marche e ansiosi di sperimentare sul campo nozioni studiate per anni solo in teoria.

In un momento come questo di estrema difficoltà per l'occupazione di tutti, soprattutto per quella dei giovani nella importantissima fase di primo inserimento nel mondo del lavoro, questo progetto permette

di avvicinarlo in modo privilegiato affiancando i dirigenti. È compito dei manager guidare e far funzionare al meglio le aziende, ma anche di aiutare il territorio portando il loro contributo di conoscenza, competenza e esperienza a tutti, soprattutto ai giovani.

L'importanza di questo progetto va vista con la duplice chiave di lettura sia da parte dei giovani, sia da parte delle aziende. Se infatti è stata innegabile l'importanza per gli studenti di vivere un'esperienza in azienda già dal periodo universitario, allo stesso modo è risultata importante per le aziende che hanno potuto “vedere all'opera” giovani qualificati e motivati. Purtroppo, diversamente da quanto accade in generale in Italia, nella nostra regione si sta verificando negli ultimi anni una diminuzione della propensione delle imprese ad inserire figure specialistiche e tecniche. Ma questa tendenza farà sì che tra qualche anno le imprese avranno necessità di avere persone qualificate e avranno anche bisogno di ulteriore formazione con corsi interni o esterni alle imprese stesse.

L'originalità del progetto si esprime in due parole chiave: **timing** (anticipare il contatto fra domanda e offerta di lavoro), **esperienza** (verificare le attitudini e le aspirazioni dello studente portandolo sui luoghi di lavoro).

In sintesi questo progetto vuole migliorare conoscenza e accesso dei giovani nel mondo del lavoro perché per competere e crescere serve avere più giovani ad elevata formazione nelle aziende del territorio. Ecco perché ne verrà realizzata una seconda edizione e la sinergia tra formazione e manager continuerà su più fronti.

Ma cosa hanno fatto gli studenti in azienda?



- Partecipano
- PAOLA BICHISECCHI, direttore Confindustria Marche
 - GIULIANO CALZA, direttore generale Itap
 - GIAN LUCA GREGORI, prorettore Università Politecnica delle Marche
 - PAOLO MOSCIONI, presidente Montepitalia Ancona
 - MASSIMIANO POLACCO, direttore Confindustria Marche
 - ROBERTO ROCCHIGIANI, presidente Federmanager AN PU

Manuel, ha assaporato il fascino di una grande raffineria, **l'Api di Ancona**, seguendo ogni passo di **Monica Mais, direttore tecnologico d'impianto**, tra riunioni, incontri con l'Amministratore Delegato, azioni da intermediario, da organizzatore e da paciere, telefonate in inglese, ritmi frenetici. Un'esperienza indimenticabile per lui quella di indossare finalmente tuta e casco da petroliere e ammirare da vicino un gassificatore da 700 milioni di euro!

Federica invece ha scoperto un settore, quello sanitario e della riabilitazione, dinamico, complesso e con grandi potenzialità di sviluppo, grazie a **Lorenzo Buldrini direttore amministrativo Istituto di Riabilitazione Santo Stefano**. Ha approfondito l'amministrazione attraverso operazioni molto diverse come la gestione del ciclo attivo-passivo, la partecipazione a un collegio sindacale, l'implementazione di un'operazione di leasing finanziario e attraverso trasferite presso strutture del gruppo dove sono state affrontate le problematiche organizzative dell'integrazione di una struttura recentemente acquisita. O ancora **Francesco** entusiasta dell'affiancamento a **Gino Romiti, direttore innovazione Gruppo Loccioni**, che gli ha permesso di considerare come oltre a ricerca, tecnica e innovazione tecnologica serve soprattutto stare connesso al mondo reale e avere un ottimo rapporto con le persone. Ma soprattutto che gli ha trasmesso che molto del lavoro di un buon manager sta nel saper ascoltare, nel capire chi si ha di fronte e come un rapporto, un incontro, possa essere canalizzato per ricavarne benefici.

VILLA TOFANI IL VIVAIO DI ISTAO AD ASCOLI PICENO

Inizia a prendere corpo il polo tecnologico nell'area ex Carbon di Ascoli Piceno, un progetto che passa per il recupero, attraverso risorse provinciali e fondi FESR, di Villa Tofani, collocata in prossimità del sito industriale dismesso ex SGL Carbon. Si tratta del primo atto verso la realizzazione di un ambizioso obiettivo di lungo termine: **la creazione di un Polo Scientifico, Tecnologico e Culturale connesso alla riqualificazione dell'area e che funga da catalizzatore di sviluppo, innovazione, ricerca, imprenditorialità e occupazione.**

Un laboratorio di idee e imprenditorialità, insomma, non solo al servizio del Piceno, ma di tutta la regione Marche e delle regioni limitrofe.

Un progetto in cui crede fortemente Confindustria Ascoli Piceno, a cui la Provincia ha affidato la struttura, affinché venisse offerta in uso ad ISTAO e Hub21, per farne un polo e centro propulsore dello startup d'impresa e dell'alta formazione imprenditoriale e

manageriale.

Ragionando sul modello di sviluppo locale si vuole, dunque, creare un sistema favorevole alla diffusione dell'innovazione tecnologica e organizzativa utile, non solo alle imprese in formazione, ma anche a quelle esistenti. La ricetta è innestare il germe esclusivo di un nuovo modello di imprenditorialità innovativa volto ad invertire la tendenza di decrescita che aggroviglia il Piceno, da ancor prima del diffondersi della crisi internazionale del 2008.

Quello che si sta creando a Villa Tofani è un ecosistema in cui gravitano e si mettono a disposizione di un territorio, bisognoso di essere rigenerato, le competenze che servono alle imprese. ISTAO e Hub21 si avvalgono, inoltre, della collaborazione di AcmeLab, una nuova realtà di servizi avanzati, costituita da giovani progettisti e ricercatori, specializzata nella progettazione finanziata con fondi strutturali e diretti.

Villa Tofani significa, dunque, **forma-**





zione, innovazione, sviluppo e non poteva che essere la sede più appropriata per il corso di formazione superiore **StartAP21 – Fare impresa nel Piceno**, finanziato da Regione Marche e dalla Provincia di Ascoli Piceno, con risorse del Fondo Sociale Europeo, per il quale ISTAO è soggetto capofila di una partnership molto ampia e qualificata: Università, Associazioni di Categoria, Società di consulenza e investitori in Startup innovative.

StartAP21, progetto pilota di accelerazione d'impresa, forte dei risultati ottenuti dalla prima edizione, ben quattro nuove imprese sono già state costituite partendo dai nove Business Plan realizzati dai partecipanti al progetto (MODOM srl, MOODERS srls, I DESIDERATA srls, OMNIA soc.coop.), riparte quest'anno con progetti altrettanto interessanti per il territorio che spaziano dalla creazione sartoriale all'editoria elettronica, dalla riqualificazione urbana al turismo, dalle tecnologie a supporto dei diversamente abili allo sviluppo di applicazioni per smartphone, dal network tra professionisti alla fabbricazione digitale (fabLab).

A disposizione dei progetti una sede,



Villa Tofani appunto, e servizi che supportino lo sviluppo dell'impresa a 360°. Alla classe, composta da 20 giovani laureati, la responsabilità di incarnare uno dei tanti germogli dai quali ripartire per costruire le fondamenta culturali dello sviluppo futuro di Ascoli Piceno e dell'intero territorio provinciale.

Gli ingredienti ci sono tutti, ai team non resta che trasformare le idee in imprese!

"NUOVI PERCORSI DI MEDITAZIONE NELLE MARCHE" UN PROGETTO INNOVATIVO PER IL TURISMO RELIGIOSO

La regione Marche offre numerosissimi spazi culturali, con diverse identità storico-artistiche e tradizioni, gestiti da comunità religiose.

Come è già stato delineato dalla Regione Marche, sia nella differenziazione dell'offerta turistica (Cluster "Spiritualità e Meditazione") sia nello studio sulle "Imprese Culturali e Creative" (2013), il turismo religioso e meditativo è un'opportunità innovativa per aumentare il potenziale d'attrazione turistica delle Marche.

"C'è un luogo dove la pace della natura filtra in noi come la luce del sole tra gli alberi. Dove i venti ci comunicano la loro forza e gli affanni si staccano da noi come foglie. Non è difficile arrivarci: basta guardarsi dentro e avere un cuore pulito" [cit. R. Battaglia, *Un cuore pulito*, Milano 2003] questa frase ha ispirato l'ideatore del progetto "Nuovi percorsi di meditazione nelle Marche", Valeriano Balloni, e chiarisce come i monasteri possano essere percepiti come "luoghi dello spirito", cioè luoghi che riescono ad unire ospitalità ed esperienza culturale-spirituale.

Il progetto è stato commissionato

all'ISTAO dalla Regione Marche, ed ha come obiettivo la realizzazione di una "Comunità di monasteri" che cooperino fra loro per creare nuovi percorsi di meditazione, riconducibili al cluster del turismo religioso.

La "Comunità di Monasteri" è una rete, un sistema che crea e collabora, ed in tal modo vengono valorizzate le peculiarità delle singole realtà monastiche ed allo stesso tempo essa è percepita come entità dall'immagine chiara, semplice e fruibile.

Si tratta di un modello organizzativo basato sulla collaborazione fra 16 monasteri e due unità intelligenti:

- Smart Lab
- Smart Web Site

Lo Smart Lab costituisce il cuore del sistema, ed ha lo scopo principale di gestire, organizzare, promuovere, veicolare in maniera virtuosa e con i mezzi più idonei il flusso di interazioni e informazioni, dando vita e concretezza alla rete collaborativo-creativa dei Monasteri. Tutte le attività svolte dallo Smart Lab sono al servizio delle comunità monastiche, aderenti al progetto, e sono volte alla valorizza-





zione dei singoli monasteri. Lo Smart Lab, che ha sede nell'ISTAO di Ancona, gestisce i rapporti coi monasteri e stimola lo sviluppo di studi/progetti che possano far conoscere i monasteri, la loro unicità e i loro programmi.

Lo Smart Web Site ha il compito di informare, interconnettere ed incuriosire gli utenti. Si fornisce al turista "moderno pellegrino" un unico portale dove poter conoscere e selezionare l'esperienza meditativa desiderata. Le soluzioni operative formali dello Smart Web Site sono: la creazione di un sito internet (fruibile da tutti gli strumenti informatici) e di un'applicazione (per dispositivi iOS e Android). A sinistra la rappresen-

tazione del modello basato su unità intelligenti.

L'utente "moderno pellegrino" interessato a questa nuova forma di turismo religioso, potrà rivolgersi:

- direttamente al monastero;
- al tour operator, che non avrà contatti diretti col monastero, ma che dovrà relazionarsi con la Smart Web Site;
- alla Smart Web Site.

È opportuno precisare, al fine di rendere chiara la semplicità del modello organizzativo basata sull'operare di due Smart Unit, che entrambi vengono a integrarsi nel sito della Regione Marche (www.turismo.marche.it).

IL MERCATO DEL LAVORO E LA PERSONA: IL FATTORE CHE COSTRUISCE



Il 4 novembre, presso la sede dell'Università Politecnica delle Marche a Fermo, si è tenuto Innwork, evento organizzato dal Centro di Solidarietà Marche Sud, volto a offrire degli strumenti operativi per rendere più efficace la ricerca di un'occupazione ma soprattutto a offrire un luogo di confronto sulle sfide e sulle opportunità aperte dai cambiamenti che stanno interessando il mercato del lavoro.

e convegni – che hanno favorito la partecipazione attiva dei partecipanti, aiutati ad avviare un percorso di conoscenza di sé e della realtà per migliorare la propria occupabilità e progettare un percorso professionale attraverso la piena valorizzazione del proprio capitale umano. L'ISTAO, che da anni è impegnato in prima linea sui temi legati al mercato del lavoro, all'inserimento dei giovani, alla valorizzazione del capitale umano e

La giornata è stata scandita da vari momenti - incontri, laboratori, workshop, testimonianze imprenditoriali

alle esigenze del mondo imprenditoriale, è stato chiamato a portare il proprio contributo ed a offrire il

proprio punto di vista.

Giuliano Calza, nel seminario d'apertura, ha tracciato gli scenari dell'attuale mondo del lavoro e le prospettive future, ponendo l'accento tanto sulle evoluzioni socio-demografiche quanto sulle competenze critiche necessarie a chi è alla ricerca di occupazione e sulle modalità di ingresso nel mondo del lavoro. "È innegabile, ha affermato, che l'attuale situazione sia caratterizzata da un'elevata volatilità del mercato e da un'offerta non proporzionale alla domanda di lavoro. I mercati chiedono una specializzazione tecnica che non c'è, la preparazione universitaria non sempre è adeguata alle esigenze aziendali attuali". Oltre alla poca consapevolezza di queste dinamiche, elementi critici sono la scarsa conoscenza delle lingue straniere e una predisposizione deficitaria al cambiamento.

Altro momento che ha visto l'ISTAO protagonista è stata l'assemblea conclusiva, in cui, dopo una breve presentazione delle figure più ricercate nel mercato del lavoro in Italia e all'estero, i relatori hanno dialogato con i tanti giovani presenti, mettendo in comune la propria storia personale e lavorativa. Quello che è emerso è che, al di là dei trend rappresentati dai dati macroeconomici, c'è un fattore capace di introdurre nella realtà un elemento di novità e di costruire: la persona, l'io. Il desiderio e l'energia che si muovono nel cuore di ciascuno, in un contesto come quello attuale, sono realmente gli elementi che possono fare la differenza, tanto per chi cerca lavoro, quanto per chi lavoro lo offre.

www.innwork.it

CdS
marchesud

Compagnia
delle Opere
CDO Marche Sud

Fondazione
San Giacomo
della Marca

iN

INNWORK

CERCARE LAVORO È UN LAVORO

Ore 10:00 - "Il primo passo: conoscere la realtà"
Giuliano Calza direttore generale ISTAO

Ore 11:30 - "Dalla conoscenza di sé al self Marketing"
Michela Cortini docente Università di Chieti

Ore 14:00 - Un caffè con....
Alcuni imprenditori incontrano persone in cerca di lavoro

Ore 16:15 - "Le figure più ricercate nel mercato del lavoro in Italia e all'estero" assemblea a cura di ISTAO, CDS, CDO, CSO.

Ore 17:30 - **START UP e GIOVANI IMPRESE**
(a cura di Fondazione San Giacomo Della Marca)

In collaborazione con

ISTAO

Università Politecnica Marche

L'ISTAO SALE IN CATTEDRA...

Si dice che "piccolo è bello" ma se, pur essendo piccolo, sei ovunque, è ancora meglio!

Solo considerando gli ultimi due mesi, il nome della nostra Business School e del suo direttore, Giuliano Calza, lo troviamo un po' ovunque, in molti eventi organizzati sia nella regione che nel resto d'Italia.

Evidentemente abbiamo informazioni interessanti da dire e le sappiamo raccontare bene!

Il 15 Ottobre eravamo a Rimini, al Convegno organizzato da AIDP sul tema: **"Valorizzare il fattore umano nell'impresa: l'esperienza di Adriano Olivetti"**.

Adriano Olivetti aveva un approccio al lavoro molto moderno che intrecciava etica, innovazione e bellezza (le mitiche macchine Olivetti sono nei diversi musei di design). Le domande spontanee, oggetto del convegno sono quindi: cosa si può valorizzare di quella esperienza particolare? E' anche oggi possibile lavorare nelle nostre aziende dando attenzione a questi aspetti? Che spazio riusciamo a dare all'etica, innovazione e bellezza?

Da Rimini a Milano il salto è breve!

Il 30 ottobre ISTAO (alias Giuliano Cal-

za) è stato speaker della prima sessione dell'ACTE Executive Forum, un workshop con l'obiettivo di proporre soluzioni reali che aiutino a determinare le strategie dei prossimi 12 mesi per buyer e fornitori della filiera del corporate travel che si trovano sempre più spesso di fronte alla richiesta di razionalizzare i costi e allo stesso tempo creare più valore per la propria azienda.

Senza trascurare naturalmente la tappa intermedia a Sassocorvaro, per l'evento organizzato da Camerawork il 24 ottobre scorso sul tema: **"Cultura e Creatività: innovazione, contaminazione e crescita per le Marche"**.

Un convegno per confrontarsi con l'eccellenza internazionale e locale per tracciare le linee di sviluppo del Distretto Culturale Evoluto di Urbino e il Montefeltro e creare un percorso comune di comunicazione, condivisione e di confronto che coinvolge la comunità, le imprese culturali, creative e produttive di tutto il territorio del Montefeltro. Un modello di sviluppo locale a base culturale che integra insieme cultura, economia, nuove tecnologie, creatività e formazione.

Dove si parla di lavoro e della sua ricer-



ca da parte dei giovani, allora ISTAO entra in scena di diritto!

Il 4 novembre ci siamo spostati a Fermo, presso la sede dell'Università Politecnica delle Marche, per

Innwork, evento organizzato dal Centro di Solidarietà Marche Sud, volto a offrire degli strumenti operativi per rendere più efficace la ricerca di un'occupazione ma soprattutto a offrire un luogo di confronto sulle sfide e sulle opportunità aperte dai cambiamenti che stanno interessando il mercato del lavoro.

Interessante è stato anche il contributo del DG Calza all'Osservatorio Lavoro e Welfare del 19 novembre scorso, presso la sede di Confindustria Ancona, sul tema "**Evoluzioni e Soluzioni per l'Azienda, alla luce del Job Act?**"

L'incontro è nato dalla necessità di individuare misure che, coniugando riduzione dei costi per le aziende e salvaguardia del potere di acquisto dei dipendenti, consentano una nuova competitività, organizzazione aziendale e riduzione del costo del lavoro.

Sabato 22 novembre ad Ancona entra in scena l'etica e l'ISTAO è un importante attore coinvolto sul palcoscenico.

L'Istituto grafologico ha organizzato un incontro sul tema: "**Etica e Senso di Responsabilità nella professione**".

L'incontro ha dato voce a relatori dai profili scientifici e professionali diversi per sottolineare l'importanza dei principi etici che orientano e guidano sia chi approfondisce lo studio di una disciplina sia chi la utilizza a livello professionale. Questo concetto fondante acquista una valenza più stringente nelle scienze che si occupano dell'uomo, sotto ogni profilo.

Il 10 dicembre l'Associazione Culturale di Camerino ha organizzato l'evento: "**IMPRENDITORI:**

Protagonisti del nostro tempo. Quale passione ci spinge a costruire?" dove sono intervenuti Marco Montagna,



OSSERVATORIO LAVORO & WELFARE

Evoluzioni e Soluzioni per l'Azienda, alla luce del Job Act?

mercoledì 19 novembre 2014 dalle ore 9
Confindustria Ancona

Incontro GRATUITO



Presidente Costruzioni Montagna e Giuliano Calza.

Si conclude dicembre con l'incontro del 16 organizzato dall'Ordine degli Ingegneri alla Mole Vanvitelliana dove, nell'ambito dell'Assemblea annuale dell'ordine, sono stati trattati i problemi della categoria in questo particolare periodo di difficoltà economiche.

Tutti eventi organizzati da altri istituti e organizzazioni che hanno coinvolto la nostra Business School. E all'ISTAO? Anche in casa si sono succeduti molti seminari e workshop che ci hanno visto protagonisti sia come organizzatori che come relatori (e dei quali si dirà più ampiamente nella rubrica eventi).

Vale la pena citare qui la presentazione dei **risultati del Progetto EXCELSIOR** anno 2014, che si è tenuta all'ISTAO il 23 ottobre scorso.

Excelsior è un'indagine annuale che Unioncamere conduce per conto del Ministero del Lavoro, per monitorare il mercato del lavoro in Italia. L'indagine è effettuata contattando circa decine di migliaia di imprese private italiane di tutti i settori economici con almeno un dipendente, con l'obiettivo di stimare i movimenti occupazionali previsti, le figure professionali richieste e le principali caratteristiche delle assunzioni programmate



Progetto Excelsior

Sistema informativo per l'occupazione e la formazione

IN GIRO PER LE UNIVERSITÀ D'ITALIA

Con l'inizio del nuovo anno accademico e la ripresa dei master, riparte anche l'attività di promozione dell'ISTAO in giro per l'Italia. Sebbene oggi il web e i social siano considerati strumenti indispensabili per comunicare ad un ampio pubblico, questi difficilmente riescono a sostituirsi del tutto al contatto diretto, al confronto con le persone. E quindi ecco che negli ultimi anni l'ISTAO non ha perso occasione per andare nelle Università ad incontrare giovani studenti e laureati e presentare le proprie attività.

La prima tappa è stata a Napoli, il 14 ottobre, in occasione del Job Meeting che si è tenuto presso la Scuola Politecnica e delle Scienze di Base dell'Università Federico II. I Job Meeting sono organizzati dalla società Cesop Communication e rappresentano il più importante circuito italiano di eventi di incontro diretto tra studenti, laureandi, neolaureati, giovani professionisti e le più importanti aziende

nazionali e internazionali operanti in tutti i settori merceologici. A Napoli sono stati veramente tantissimi i ragazzi che, provenienti da tutta la Campania e da regioni limitrofe, si sono avvicinati al nostro stand per curiosità, chiedendo informazioni sui corsi, sui metodi didattici e sulle prospettive di inserimento nel mondo del lavoro. Per la prima volta, è stata anche data la possibilità di sostenere un colloquio di preselezione per i master che sarebbero partiti da lì a poco; opportunità che è stata colta da diversi giovani che hanno subito deciso di mettersi in gioco e creare il proprio futuro.

Non abbiamo fatto in tempo a tornare dal caldo sud, che subito siamo ripartiti per i Career Day. A differenza dei Job Meeting che coinvolgono tutte le Università di città e regioni limitrofe, i Career Day sono organizzati dalle singole Facoltà o dagli Atenei. Anche questi eventi rappresentano un'importante opportunità per studenti, laureandi e laureati, per entrare in





contatto con aziende e Business School, raccogliere informazioni sui profili professionali richiesti, suggerimenti sul proprio percorso di carriera, nonché consegnare i propri CV e partecipare ai colloqui conoscitivi.

Il primo appuntamento con i Career Day è stato il 22 e il 23 ottobre, organizzato dall'Università degli Studi di Macerata e dall'Università di Camerino nella spettacolare location dell'Abbadia di Fiastra (MC). A seguire siamo andati a Teramo per il Career Day della Facoltà di Scienze della Comunicazione dell'Università di Teramo (20 novembre) e, come ultima tappa dell'anno, all'Aquila (18 dicembre).

In queste giornate gli studenti hanno avuto modo di incontrare numerose aziende presenti, oltre che partecipare alle tavole rotonde e ai workshop dedicati all'orientamento, al mondo del lavoro e all'occupazione giovanile, solo per citare alcuni degli argomenti trattati.

Dopo le vacanze di Natale saremo di nuovo "on the road" per far conoscere l'eccellenza della nostra Business School.



TANTI PROGETTI PER IL CLUB ALUMNI DELL'ISTAO

Il Club Alumni ha appena compiuto due anni!! E' ancora giovane quindi, ma le potenzialità che questa iniziativa esprime sono davvero tante per gli oltre 2000 allievi ISTAO e sono state al centro dell'ultima riunione annuale del 2014.

E così, guidati da Andrea Moretti in un Open Space Technology, una ventina di ex-allievi appartenenti a varie annate, dalla fine degli anni 80 ad oggi, si sono incontrati in un tiepido 13 dicembre a Villa Favorita e hanno esplorato le varie possibilità di declinare le attività del Club per il 2015. **Creare l'occasione di fare rete con le imprese a cui gli ex-allievi appartengono, costituire un network virtuoso attraverso cui conoscersi e valutare opportunità di collaborazione, tramandare il testimone alle giovani leve attraverso testimonianze, lezioni,**

storytelling... sono solo alcuni degli spunti emersi nell'ambito del workshop.

Ci si è focalizzati anche sulle modalità di frequenza del Club, valutando l'opportunità di organizzare riunioni molto frequenti, da svolgersi in piccoli gruppi che si formano di volta in volta in funzione dell'interesse specifico, oppure quella di focalizzarsi su un incontro all'anno lungo un intero week-end che lasci spazio ad attività ludiche, all'ascolto di una testimonianza e alla concreta opportunità di conoscersi o di lavorare insieme su un progetto interessante. Ognuno ha proposto con entusiasmo la propria idea, rappresentando uno spaccato molto variegato ma assolutamente rappresentativo del nostro mondo.

E infine non sono mancati gli stimoli per il finanziamento di tali iniziative: tessera Alumni Club, sostenuta da





promozioni che le imprese potrebbero mettere a disposizione dei partecipanti, che fungano da incentivo per gli stessi, sponsorizzazioni e collegamento con Università e altri Enti per fare sinergie e creare rete.

In realtà l'eterogeneità degli allievi che hanno frequentato l'ISTAO dal 1967 ad oggi è tale che la messa a punto di un programma in grado di accontentare tutti e rendere gli appuntamenti dell'Alumni Club delle occasioni di crescita in cui ognuno abbia un proprio "take away" è una sfida davvero impegnativa...ma assolutamente alla nostra portata!!

E così alla fine della mattinata tutti gli spunti emersi dai sottogruppi sono stati assemblati in un unico report che a prima vista appariva piuttosto frammentato ed eterogeneo... ma che una volta letto con attenzione racchiude parole e sensazioni a noi familiari, concretezza, operosità e determinazione, valori tipici degli Alumni ISTAO che hanno contribuito a scrivere la storia dell'Istituto negli ultimi 47 anni.

E dopo questo sabato mattina, di cui resta ancora viva la sensazione di un intenso momento di scambio, si partirà con un rinnovato entusiasmo per il 2015, e a gennaio partirà la campagna di tesseramento di tutti quegli ex-allievi che hanno voglia di rivedersi o di condividere esperienze e valori.



E DOPO LO STAGE...

Tra ottobre e dicembre 2014 sono giunti al termine tre Master ISTAO dedicati a neo-laureati: la 48° edizione del Master in Strategia e Management d'Impresa, l'1° edizione del Master in International Management e la 3° edizione del Master in HR Management.

Dopo un percorso d'aula iniziato un anno fa, quasi tutti gli allievi hanno completato anche la loro esperienza di stage che per alcuni si è trasformata in una vera e propria opportunità lavorativa.

Nonostante l'anno di crisi, e alcune situazioni ancora in via di definizione, i numeri delineati a preconsuntivo sembrano molto positivi, con una buona fetta di partecipanti che ha portato a casa un contratto presso l'azienda che li ha ospitati per il tirocinio o presso altre realtà. Aethra, Faber, Clementi Forni, Aerdorica, Clementoni, Arena, Gruppo Angelini, F.lli Guzzini, Gruppo Maggioni, Catria Confezioni, Veneto Banca, Ariston Thermo, Violi, sono solo alcune delle imprese che hanno deciso di confermare la collaborazione con i nostri allievi dopo il periodo di stage. In altri casi la decisione si prenderà da qui alla fine dell'anno ma le premesse sono buone! E per coloro che non hanno avuto la possibilità di essere inseriti nelle imprese dove hanno svolto la loro esperienza di stage, i cv sono già in circolazione e l'ISTAO cercherà di agevolare al massimo il rapido inserimento in nuove realtà d'impresa. Dal punto di vista delle aree di inserimento, in molti casi si è trattato dell'ambito marketing-commercia-

le, dove gli allievi vengono allenati a studiare le opportunità offerte dall'ingresso in nuovi mercati di sbocco nazionali ed esteri. Ci sono stati d'altra parte anche diversi tirocini attivati nell'ambito del controllo di gestione, delle operations e delle Risorse Umane.

Non sono mancate infine le esperienze più di nicchia, svolte presso Istituti di Credito o in Società di consulenza all'internazionalizzazio-





ne o in società di servizi molto specializzate.

Volendo fare un bilancio di questa attività di matching tra le imprese e i nostri studenti, certo quello che le imprese sembrano all'unisono esprimere oggi è la ricerca di giovani sempre più caratterizzati da un profilo internazionale e nel contempo sempre più motivati alle sfide offerte da un mercato difficile ed estremamente competitivo. Tra

le soft-skill più richieste ai giovani neo-laureati che entrano oggi nel mondo del lavoro vi sono l'apertura mentale, la capacità di lavorare in gruppi interculturali ma anche la flessibilità, l'autonomia di azione e soprattutto la disponibilità a sperimentare ambiti professionali nuovi e sfidanti.

E allora in bocca al lupo a tutti i nostri allievi per un brillante futuro professionale!