

Training. Al bando di Fondirigenti arrivano piani per 13 milioni su una dote di 5 milioni

Il digitale riporta in aula i manager

Cristina Casadei

La digitalizzazione ridà nuovo slancio alla formazione dei manager dell'industria. Durante la fase più acuta della crisi considerata più come politica attiva, oggi viene vista come il modo per irrobustire le skill strategiche per innovare processi e produzioni in ottica 4.0. A dirlo sono i piani aziendali per lo sviluppo di competenze digitali e trasversali del management industriale sui quali parlano chiaro i numeri del bando Fondirigenti (Fondo interprofessionale

tivo dalla tecnologia senza l'apporto di competenze estremamente qualificate».

Sulla formazione, il sindacato dei dirigenti dell'industria sta lavorando da tempo con molteplici iniziative. «La nostra azione è a 360 gradi - ricorda Cuzzilla - sia attraverso gli enti della bilateralità sia attraverso nostre iniziative autonome stiamo formando e certificando centinaia di "innovation manager" che speriamo siano accolti nelle imprese».

per la formazione dei dirigenti di **Federmanager** e Confindustria) lanciato a inizio anno. Si è chiuso con più di 150 mila ore di formazione manageriale richieste per un totale di 2.316 dirigenti e 958 imprese coinvolti.

A fronte della dote di 5 milioni di euro messa a disposizione dal Fondo, le domande di partecipazione avanzate dalle imprese hanno superato i 13 milioni di euro. Metà delle richieste sono arrivate da imprese grandi e multinazionali, il 33% da Pmi, il 15% da piccole im-

prese e il 2% da micro imprese. Le richieste hanno superato le aspettative e per questo il presidente Carlo Poledrini si dice «molto soddisfatto del riscontro ottenuto da questo avviso. Le aziende italiane rispondono positivamente quando vedono premiati qualità dei progetti e spinta all'innovazione».

Le aree di maggiore interesse hanno riguardato innanzitutto l'innovazione dei processi produttivi in chiave digitale e l'uso di dati e informazioni come risorse per il business. Agli ultimi postii

processi di commercializzazione online. Con una differenziazione legata alle dimensioni dell'azienda: se le Pmi sono più orientate a interventi specifici di digitalizzazione, le grandi imprese si sono focalizzate sull'avvio di processi complessi. Poche o rare sono invece le iniziative di filiera.

Il presidente **Federmanager**, Stefano Cuzzilla spiega che «Industria 4.0 ha bisogno di manager capaci di innovare i processi, i modelli aziendali e la stessa produzione. Dobbiamo colmare il defi-

cit di managerialità che danneggia le piccole aziende, in particolare le micro. A loro diciamo che non è più pensabile fare impresa in un contesto reso così competi-

