REGIONE
BASILICATA

SviluppoBasilicata FSC Fondo per lo Sviluppo e la Coesione COMUNE DI MATERA clematera

PROGETTO MT ACADEMY

CREATIVE & TECHNOLGY ACADEMY

in collaborazione con partner
industriali nazionali e internazionali

MT ACADEMY

SOMMARIO

1. PREMESSE
2. LO SVILUPPO DEL MODELLO ACADEMY
3. L'ACADEMY DI MATERA
4. IL SOGGETTO ATTUATORE
5. I PARTNER INDUSTRIALI E L'ACADEMY
6. IL RAPPORTO CON UNIVERSITÀ E ITS ACADEMY
7. LA SELEZIONE DEI PARTECIPANTI
8. IL PIANO ECONOMICO
9. RISULTATI ATTESI
10. SOSTENIBILITÀ OLTRE IL TRIENNIO
11. LE ACADEMY COME STRUMENTO PER LA S3 LUCANA

1. PREMESSE

La Regione Basilicata, in linea con il "Piano Strategico Regionale 2021/2030", con la "Smart Specialization Strategy (S3) lucana e in accordo con le "Linee Guida per la creazione di Academy Internazionali in Basilicata", ha lanciato un programma di investimento a carattere strategico, denominato, "Smart Lab Academy - A world class Hub Innovative Talent & Projects", finanziato a valere sul Fondo Sviluppo e Coesione (rif. Delibera CIPESS n.79 del 22/12/2021), che prevede la creazione dei primi percorsi di Academy nella città di Matera.

Si tratta di un intervento innovativo che ha l'obiettivo di dotare la Basilicata di un centro internazionale di open innovation, startup creation e sviluppo di competenze digitali, specializzato sulle tecnologie abilitanti 4.0 e sulla loro applicazione al settore dei Beni culturali, Industrie Culturali e Creative, Turismo, e settori affini, che rappresentano un comparto chiave dell'economia della Basilicata e del Mezzogiorno, centrale nella Strategia di Specializzazione Intelligente (S3) a cui la Regione Basilicata punta per lo sviluppo del Piano integrato di sostegno alle filiere produttive.

La MT Academy avrà sede nella città di Matera e punterà ad attrarre uno o più Partner Industriali internazionali, che potranno avviare uno o più percorsi formativi rivolti a talenti provenienti da ogni parte del mondo, offrendo loro la possibilità di acquisire skills professionalizzanti, coinvolgendoli nel processo produttivo aziendale grazie a metodologie didattiche innovative. I partecipanti alla Academy potranno avere diverse prospettive al termine dei percorsi di Academy, dall'occupazione diretta (presso i Partner Industriali o presso altre aziende del territorio) fino alla nascita di nuove imprese e startup innovative che potranno investire in Basilicata.

La MT Academy vuole contribuire a frenare l'abbandono del territorio regionale da parte dei giovani e a promuovere una strategia di sviluppo industriale, puntando a rafforzare la dotazione territoriale di risorse umane qualificate nel campo del digitale, oltre che diventare terra di attrazione di talenti e imprese.

La Basilicata non è nuova nel panorama nazionale e internazionale in quanto all'uso di tecnologie d'avanguardia applicate a settori produttivi strategici per il territorio. Il sistema industriale dell'Automotive e dell'Aerospazio, oltre a quello dell'Energia, della Bioeconomia e dell'Industria Culturale e Creativa, rappresentano delle eccellenze in materia di ricerca industriale e applicazioni.

La MT Academy sarà occasione per potenziare progetti già in corso che mirano all'innovazione e al supporto rivolto agli ecosistemi pubblico/privati verso la transizione digitale e la transizione verde, tra i quali il progetto della "Casa delle Tecnologie Emergenti" cofinanziato dal MIMIT, di cui il Comune di Matera è capofila. Pertanto, si è scelto di allocare nell'HUB Tecnologico di San Rocco/Casa delle Tecnologie Emergenti la futura Academy, oltre ad altri spazi individuati in accordo con il Comune, al fine di sfruttare la dotazione di strumentazioni e apparecchiature all'avanguardia già presenti all'interno dell'HUB.

La scelta di Matera non è solo logistica, ma è soprattutto strategica, in quanto i partner industriali che sceglieranno di investire nella MT Academy, potranno brandizzare la loro offerta formativa, legandosi al Brand di Matera quale città riconosciuta a livello internazionale, al fine di potenziare le azioni di recruitment e favorire una maggiore attrattività del territorio per ulteriori occasioni di crescita imprenditoriale e socio-culturale.

Nel corso dell'ultimo ventennio le Academy aziendali, almeno per le grandi organizzazioni, si sono rivelate una risorsa molto preziosa, valorizzando i percorsi di crescita professionale con l'intento di sviluppare e rafforzare competenze specifiche che spesso non compaiono nei piani di studio dei tradizionali percorsi universitari e/o scolastici e che sono immediatamente spendibili sul mercato del lavoro. Il tema è di

strettissima attualità, visto il perdurante problema della mancanza di figure specializzate: da una parte la crescente domanda delle imprese, dall'altro la mancanza di figure skillate, questa è la paradossale situazione che sta vivendo il mercato del lavoro italiano, confermata dai dati di Union Camere, nella previsione occupazionale per il 2023-2027 - https://excelsior.unioncamere.net/pubblicazioni/2023

Con un approccio di "Open Corporate Academy" si intende creare un ambiente didattico dove ci siano tutte le condizioni per favorire l'incontro tra le esigenze delle imprese e le esigenze dei giovani e di tutti coloro che vogliano inserirsi nel mondo del lavoro, per generare occasioni di occupazione in ambienti stimolanti ed innovativi, senza dover necessariamente recarsi in altre regioni d'Italia o all'estero, oppure avviare nuovi spin-off aziendali e/o percorsi imprenditoriali che investono sul territorio.

2. LO SVILUPPO DEL MODELLO ACADEMY

Le Academy nascono negli anni 50 in America come un'evoluzione e un superamento delle tradizionali attività formative aziendali per rispondere all'esigenza di formare il personale delle Grandi Imprese. La prima Academy fu realizzata dalla "General Electrics", che nel 1956 aprì il John Werch Leadership Development Centre, successivamente prima la Walt Disney e poi la Motorola crearono le proprie corporate academy. Il modello ebbe successo e si allargò dalla formazione del personale interno alla ricerca e formazione di nuovo personale. Tra il corpo docente un ruolo importante lo ebbero manager in pensione e naturalmente gli accademici.

Con il passare del tempo le Academy aziendali iniziarono a creare collaborazioni strutturate con le business school e le Università tradizionali, con l'obiettivo di rendere sempre più aperta ed innovativa la loro offerta formativa: si era infatti compreso che per far crescere il capitale umano dell'azienda, oltre alla propria realtà aziendale fosse necessario guardare al mondo esterno, prevalentemente a scuole e università, provando a "catturare" giovani in formazione, in particolare quelli meritevoli e talentuosi. La scommessa delle aziende fu che, attraverso le Academy potessero avvicinare alla propria realtà aziendale gli studenti e "formare in casa" i futuri collaboratori e manager d'azienda. Il risultato è che le business school hanno migliorato molto la loro capacità di offrire corsi disegnati per le aziende proprio grazie alla collaborazione con le corporate Academy. Il panorama attuale vede una vera alleanza tra le corporate Academy e le business school, frutto di collaborazione tra due istituzioni ed anche la volontà di "innovare" programmi, metodologie e prassi della formazione tradizionale.

Lo stesso processo avviene anche con le Università che decidono di collaborare con le aziende per realizzare delle Academy. Nel progettare le Academy, le Università mettono a disposizione le proprie competenze e i propri docenti con l'obiettivo di realizzare corsi di eccellenza, taylor – made, facendo squadra e puntando sulla creazione di figure professionali capaci di far crescere la ricerca, l'innovazione e lo sviluppo tecnologico delle aziende. Il rapporto tra imprese e Università è in ogni caso centrale nella formazione dei lavoratori. Altra ricaduta sul sistema universitario si è avuto sul terreno del placement, poiché il meccanismo delle Academy ha aiutato a creare corsi post - laurea, con l'obiettivo di aiutare i propri ragazzi a trovare un lavoro qualificato e in continuità con il percorso di studi.

Negli ultimi anni lo sviluppo delle Academy è diventato importante anche per le Pubbliche Amministrazioni, che ne hanno fatto uno strumento di marketing territoriale: Richard Florida (professore alla School of Cities and Rotman of Management dell'Università di Toronto) nel suo libro " The rise of the Creativity Class", evidenzia che nel mondo globalizzato la competizione non è solo tra le singole realtà aziendali, ma soprattutto tra ecosistemi territoriali, composti sia dalle imprese e sia dal sistema formativo, e che vincono solo i sistemi territoriali capaci di agevolare la crescita e incrementare l'occupazione.

Studiando i vari modelli di Academy che si sono realizzati nel mondo in questi ultimi 60 anni, emerge che le corporate academy sono diventate un'opportunità sia per i grandi brand internazionali, ma anche per PMI e filiere produttive: la formazione, inoltre, potrebbe destinarsi persino ai fornitori e finanche ai clienti.

I vantaggi dell'avere una Corporate Academy all'interno della propria organizzazione sono quindi molteplici:

- formare un team altamente competitivo, sempre al passo con i tempi e le nuove tecnologie, generando un maggior attaccamento dei lavoratori ai valori aziendali, favorendo percorsi di integrazione;

- la possibilità di inserire dei giovani talenti in azienda, accuratamente formati e con le competenze specifiche necessarie;

- attrarre fornitori e clienti che comprendono al meglio le necessità aziendali.

Ovviamente la formazione aziendale è da intendersi come un processo estremamente personalizzabile dalle imprese, legato a esigenze simili ma al contempo estremamente diversificate, per cui non può seguire degli schemi prestabiliti ma va lasciato ampio margine di manovra alle aziende, che devono poter personalizzare il percorso didattico/laboratoriale, anche introducendo metodologie formative all'avanguardia e orientate fortemente al learning by doing. Importante anche l'utilizzo di nuove tecnologie per migliorare l'organizzazione e l'erogazione dei corsi, anche attraverso la realtà virtuale oltre che dei sistemi informatici e piattaforme di e -learning personalizzate dalle imprese.

Sono interessanti anche i modelli di Academy realizzati da micro -filiere produttive operanti in un determinato settore, che si sono organizzate in rete per proporre percorsi di academy finalizzate sia al recruiting di nuovi talenti sia all'upskilling e reskilling di dipendenti e collaboratori.

Nell'ultimo decennio anche in Italia il modello si è diffuso e alcune Regioni, come ad esempio la Campania, in partnership con il sistema universitario, hanno utilizzato le Academy con l'obiettivo di specializzare il proprio territorio ed attrarre talenti da tutto il mondo.

Ultimo ma fondamentale aspetto da sottolineare riguarda il particolare momento storico che stiamo vivendo, nel quale si registra una forte "distanza generazionale" tra giovani e mondo del lavoro. Le Grandi Imprese e i Players industriali, così come le PMI e gli Organismi di Terzo Settore, hanno estrema difficoltà a reperire figure specializzate attraverso i vecchi metodi di reclutamento. Ciò accade sia per una scarsa propensione dei giovani a cercare lavoro in maniera attiva, sia perché i canali di promozione delle occasioni di lavoro sono obsoleti e poco efficaci. Questo scollamento tra ecosistemi della didattica e Imprese, senza la giusta intermediazione, sta definendo nuovi scenari poco etici e a forte discapito di PMI e micro -imprese oltre che del mondo delle professioni e delle specializzazioni, poiché, come in una giungla, vale la regola del più forte, senza che ci siano percorsi che riescano ad orientare i giovani e la forza lavoro verso tutti i fabbisogni del sistema produttivo e dei servizi.

Per questo le Academy possono rappresentare un efficace processo di intermediazione e orientamento per l'ingresso dei giovani nei contesti lavorativi, soprattutto se nascono in accordo tra Imprese e sistemi scolastico -Universitari, assolvendo così anche a obiettivi di mentoring e di supporto alla crescita professionale in base alle reali capability ed in risposta alla vasta e differente domanda proveniente dal mondo del lavoro.

Per citare alcuni esempi in Italia, oltre alla consolidata esperienza napoletano dell'Università Federico II in accordo con la Apple, potremmo prendere in esame anche la Academy della Muner - Motorvehicle University of Emilia-Romagna (regione particolarmente florida dal punto di vista delle corporate academy). La Apple Academy di Napoli così come La Muner, accolgono ogni anno numerosi studenti e professionisti da tutto il mondo, con corsi erogati in lingua inglese all'interno di diversi indirizzi di specializzazione, per percorsi di formazione d'eccellenza. Nel caso della Muner, i docenti provengono dall'Università di Bologna, di Ferrara, di Parma e di Modena - Reggio Emilia, ma vi sono anche manager e collaboratori di nove prestigiose aziende della Motor Valley, ovvero Lamborghini, Dallara, Ducati, Ferrari, Haas F1 Team, HPE Coxa, Magneti Marelli, Maserati e Toro Rosso. Un particolare vanto dell'academy sono anche i laboratori e le strumentazioni di ultima generazione, che sono poi gli stessi delle aziende partner, tra cui una galleria del vento.

La più nota delle corporate academy italiane è invece la Eni Corporate University, nata nel 2021 dall'evoluzione della storica Scuola Enrico Mattei (fondata già nel 1957): i contenuti spaziano dalle tecniche di perforazione fino alla negoziazione internazionale, dalle energie rinnovabili alla leadership. I corsi sono concepiti come Master in Management ed Economia dell'Energia e dell'Ambiente: in sessant'anni ha formato circa 3.000 studenti provenienti da 110 Paesi di tutti e cinque i continenti.

Altre importanti Corporate Academy italiane sono l'Università del Caffè di Illy, fondata nel 1999, il Wellness Institute di Technogym, la Mediolanum Corporate University, il Ferrero Learning Lab, il Barilla Laboratory for Knowledge & Innovation, la HerAcademy del Gruppo Hera, nonché l'affascinante Scuola dei Mestieri di Solomeo, un piccolo borgo con meno di 500 abitanti vicino Perugia, dove i giovani imparano dai maestri artigiani l'arte della sartoria, del rimaglio e del rammendo.

3. L'ACADEMY DI MATERA

Il progetto si basa su una programmazione triennale e verrà realizzato a Matera all'interno dell'Hub Tecnologico di San Rocco, così come indicato nella Delibera CIPESS n. 79 del 22/12/2021, a seguito di un accordo di collaborazione con il Comune di Matera, che metterà a disposizione anche ulteriori spazi in città laddove fosse necessario in accordo con i piani formativi concordati con le Imprese coinvolte.

Come noto, la Città di Matera in questi ultimi anni ha lanciato il nuovo incubatore nell'HUB di San Rocco ed è capofila del progetto "Casa delle Tecnologie Emergenti", un centro di sviluppo di soluzioni digitali nel campo dell'industria culturale e creativa, di particolare importanza per il Sud Italia. La scelta di utilizzare questo spazio, oltre a portare sicure sinergie nell'utilizzo degli spazi e delle attrezzature, favorirà la creazione di un ambiente di stimolo per l'innovazione e il networking, grazie alla co-presenza di giovani talenti, imprese piccole e grandi ed enti di ricerca.

I settori dell'industria culturale e creativa lucana si stanno affacciando sul panorama italiano e internazionale attraverso numerosi progetti strategici: attualmente, oltre alla Casa delle Tecnologie emergenti di Matera, ha appena avviato i servizi a PMI e PA uno dei 140 "European Digital Innovation Hub" presenti in Europa, un acceleratore per la transizione digitale e green proprio a sostegno dell'heritage e dei settori della cultura e della creatività. Inoltre, la costruzione di una o più Academy in Regione passa dalla creazione di una rete di relazioni che possano contribuire alla crescita dell'ecosistema locale e alla connessione con altri ecosistemi in Italia, in Europa e nel Mondo. Tra gli attori principali coinvolgibili ci sono i Cluster lucani dell'innovazione, nati nel 2018 come aggregatori dei più importanti Enti di Ricerca territoriali (tra i quali l'ENEA, l'ASI, il CNR, L'Unibas) e delle eccellenze imprenditoriali con sede in Basilicata.

L'ambizione è quella di avviare una sperimentazione con la Academy di Matera nei settori culturali e creativi, valutandone l'efficacia e gli impatti diretti e indiretti sul territorio, valutando in seguito la possibilità di finanziare altre esperienze simili in altri territori della Basilicata, indirizzando le nuove Academy verso settori chiave della S3 Lucana, con fondi presumibilmente provenienti dalla futura Smart Specialization Strategy nella nuova programmazione FESR e FSE 2021 -2027, oltre che dai fondi stanziati relativi alle royalty sul petrolio.

La MT Academy attrarrà giovani talenti provenienti da contesti nazionali e internazionali, con particolare attenzione all'area del Mediterraneo. Si coinvolgerà l'Università della Basilicata come primo stakeholder territoriale, immaginando percorsi paralleli nell'ottica di coinvolgere studenti e docenti in attività legate all'acquisizione di nuove competenze attraverso la formula degli OPEN BADGE. Si aprirà inoltre la collaborazione tra la Regione Basilicata e altre Università operanti nel Sud Italia ma anche nel contesto nazionale e internazionale, al fine di attrarre giovani talenti che portino innovazione nei settori della cultura e della creatività, con l'intento non solo di costruire le aule per la Academy (in accordo con i partner industriali), ma anche di favorire la localizzazione in Basilicata dei partner industriali stessi, la loro collaborazione con l'ecosistema imprenditoriale lucano e la creazione di ecosistemi efficaci ad ospitare

startup innovative. In tale ottica la Regione prevede misure adatte al supporto finanziario e logistico per la nascita di nuove imprese culturali, creative e tecnologiche sul territorio di Matera e della Basilicata, attraverso politiche mirate e promuovendo il rafforzamento di incubatori, spazi di coworking e acceleratori già presenti sul territorio lucano, piuttosto che la nascita di nuove iniziative che operino in tal senso.

La prima copertura finanziaria per il prossimo triennio è garantita dal finanziamento stanziato dal CIPESS, ma non sono da escludere eventuali altri fondi da programmare nel prossimo futuro, anche per aumentare il numero di studenti accoglibili oltre quello stabilito dal presente progetto.

Per il primo triennio si prevede che saranno avviati percorsi di Academy costituiti per lo più da studenti e docenti internazionali, per cui tra le competenze di base sarà richiesta la conoscenza della lingua inglese.

4. IL SOGGETTO ATTUATORE

Al fine di una gestione efficace ed efficiente in grado di fare sinergia con altre iniziative in corso e coerentemente con il proprio ruolo statutario, il Soggetto Attuatore è individuato nella Società in house "Sviluppo Basilicata".

Sviluppo Basilicata, in qualità di Soggetto Attuatore, dovrà svolgere le seguenti mansioni:

- Segreteria organizzativa Logistica (iscrizioni partecipanti, accoglienza, eventi e iniziative, didattica) in collaborazione con il Comune di Matera;
- Supporto al coordinamento delle attività didattiche in accordo con i partner industriali;
- Supporto alla Regione per le attività di promozione a livello locale, nazionale e internazionale, in collaborazione con il Comune di Matera;
- Supporto ai partner industriali per le attività di selezione e reclutamento degli studenti della Academy, in collaborazione con le Università/ITS Academy/Istituti di Istruzione Superiore;
- Assegnazione delle borse di studio secondo i criteri stabiliti dalle "Linee guida per l'attuazione di Academy Internazionali in Basilicata rivolte a partner industriali";
- Iniziative a supporto della connessione tra i partner industriali coinvolti nell'Academy e gli ecosistemi produttivi lucani, in collaborazione con i Cluster Lucani dell' Innovazione e della Ricerca e con le Associazioni Datoriali;
- Iniziative a supporto della connessione tra i partner industriali coinvolti nell'Academy e il sistema Universitario/scolastico lucano;
- Servizi di supporto al match/incontro tra i partecipanti alle Academy e le imprese, con particolare attenzione a quelle operanti in Basilicata;
- Servizi di supporto all'autoimprenditorialità e all'avvio di startup innovative da parte degli studenti dell'Academy.

Sviluppo Basilicata si potrà avvalere di consulenze e collaborazioni purché strettamente necessarie al raggiungimento degli scopi dell'iniziativa e potrà attivare convenzioni con Università, Enti di Ricerca, ITS e Istituti Scolastici di Istruzione Superiore, al fine di potenziare le azioni di recruitment degli studenti oltre che il coinvolgimento di professori e ricercatori esperti nelle attività didattiche dell'Academy.

In particolare dovrà mettere in rete, in maniera sinergica, le competenze trasversali endogene ed esogene, operando in collaborazione con l'Università degli Studi della Basilicata e il sistema della ricerca locale, il sistema dei Cluster regionali e il sistema produttivo locale, ma anche con altre Università, centri di ricerca, imprese ed enti nazionali e internazionali, anche allo scopo di favorire la messa in relazione di domanda e offerta di competenze e di know-how e la creazione/accelerazione di startup innovative, privilegiando le industrie della cultura e della creatività.

5. I PARTNER INDUSTRIALI E L'ACADEMY

Sulla base delle "Linee guida per la creazione di Academy Internazionali in Basilicata", la Regione pubblicherà una manifestazione di interesse per invitare Imprese (partner industriali) operanti nei settori della cultura, della creatività, del turismo, delle nuove tecnologie e di altri settori affini (cosiddetti Creative Driven) a presentare piani formativi sul modello "Academy", rivolgendosi alle Imprese e/o gruppi di Imprese, con adeguata esperienza nel settore tecnologico o produttivo oggetto dell'Academy, che abbiano comprovata operatività interregionale, nazionale o internazionale e che abbiano quale requisito minimo il possesso di una adeguata capacità economica e organizzativa, desumibile dal conseguimento, nell'ultimo esercizio finanziario chiuso e approvato, di un fatturato non inferiore a euro 10.000.000,00 e/o dalla presenza di almeno 50 unità di personale impiegato, costituito da lavoratori subordinati e da collaboratori coordinati e continuativi effettivamente e continuativamente inseriti nell'organizzazione dell'Impresa, indipendentemente dalla classificazione dell'impresa ai sensi della disciplina europea sulle PMI, che potranno proporre di volta in volta dei piani formativi, preferibilmente in collaborazione con Università pubbliche, ITS o con Istituti pubblici di formazione secondaria.

I partner industriali, utilizzando i servizi di supporto del soggetto attuatore Sviluppo Basilicata e nel rispetto delle linee guida regionali, potranno presentare i loro piani formativi della durata minima di 3 mesi e massima di 9. I piani dovranno essere focalizzati sullo sviluppo di competenze digitali e di tecnologie abilitanti 4.0 finalizzate all'attrazione di talenti (in prevalenza giovani) da contesti nazionali e internazionali. Dovranno corrispondere alle esigenze aziendali ma anche allinearsi ai trend di richiesta del mercato in materia di occupabilità, trasferendo conoscenze e competenze adeguate a una efficace collocazione lavorativa e professionale degli studenti dopo il percorso di Academy.

I piani didattici saranno a cura dei partner industriali, bilanciando efficacemente lezioni teoriche e attività pratiche, secondo modelli formativi che seguano la logica del "Challenge Based Learning".

Di seguito i principali vantaggi per i partner industriali che vorranno investire nella MT Academy:

- disponibilità di un ambiente unico (l'HUB di San Rocco di Matera) dove sono localizzati Enti di Ricerca Nazionali, Università, laboratori dedicati alle tematiche delle Industrie Culturali e Creative, il tutto all'interno di una città che è essa stessa laboratorio per la sperimentazione di nuove applicazioni;
- un servizio di supporto all'individuazione di giovani talenti (su di un bacino sia regionale ma soprattutto nazionale e internazionale) che vogliono impegnarsi nell'incremento delle loro competenze immediatamente spendibili nel mondo del lavoro, (anche tramite l'erogazione di borse di studio);
- la possibilità di legare il brand aziendale alla città di Matera, che diventa un vantaggio sia per la città e il territorio lucano, sia per i partner industriali stessi;
- il supporto istituzionale regionale per favorire il rapporto tra i partner industriali e il tessuto produttivo regionale, soprattutto con le realtà innovative, nell'ottica di generare impatti socio-economici e occupazionali;
- il supporto istituzionale per la localizzazione di unità produttive sul territorio lucano, che potranno accedere alle opportunità promosse dai programmi di sviluppo imprenditoriale e supporto all'innovazione e alla ricerca finanziati dalla Regione nei prossimi anni;
- il supporto nelle funzioni gestionali dell'Academy, tra cui anche la presenza di mentori esperti per le attività laboratoriali condotti con la metodologia "Challenge Based Learning".

6. IL RAPPORTO CON UNIVERSITÀ E ITS ACADEMY

Come esplicitato in precedenza, il modello di Academy diventa più efficace quando si avvia la collaborazione tra Grandi Imprese (soprattutto grandi e medie imprese e gruppi di Imprese nazionali e internazionali) e Università o Istituti Superiori professionalizzanti, che prevedono percorsi formativi estremamente in linea con le esigenze delle imprese, così da costruire le giuste condizioni per una collaborazione duratura non solo per il reclutamento degli studenti, ma soprattutto nella definizione di percorsi di studio altamente professionalizzanti.

La presenza di Università facilita anche l'attrazione dei talenti, poiché si possono creare le condizioni per ottenere riconoscimenti di crediti formativi e/o Open Badge per la certificazione delle competenze, in accordo con i partner industriali, che possono essere spendibili anche in altri contesti nazionali e internazionali.

Le Università garantiscono la qualità scientifica dei percorsi di Academy e valorizzano le connessioni con gli ecosistemi territoriali, oltre al fatto che si possono valorizzare attività di ricerca, sviluppo e brevettazione, utili non solo alle stesse Università e alle Imprese coinvolte, ma anche all'ecosistema imprenditoriale e della ricerca del territorio che ospita l'Academy.

Per questi motivi la Regione Basilicata prevede (all'interno delle "Linee guida per la creazione di Academy per l'innovazione e le competenze in Basilicata, in collaborazione con partner industriali nazionali e internazionali"), la creazione di una apposita "long list" rivolta a Università, ITS e Istituti scolastici di Istruzione Superiore (prevalentemente di natura pubblica), che potranno essere potenzialmente coinvolti nelle azioni di reclutamento e definizione dei programmi didattici in affianco ai partner industriali.

Tale collaborazione si inserisce nelle politiche cosiddette di "terza missione" che attuano sia le Università che gli Istituti professionalizzanti, finalizzati all'occupazione dei giovani studenti oltre che a una collaborazione sinergica con le realtà imprenditoriali per la creazione di dottorati di ricerca industriali e per la sperimentazione di prototipi.

7. LA SELEZIONE DEI PARTECIPANTI

La selezione dei partecipantiè a carico dei partner industriali che, di concerto con la Regione Basilicata, dovranno emanare un avviso pubblico internazionale, aperto a chiunque abbia le caratteristiche necessarie per accedere ai corsi di Academy, in linea con il progetto formativo individuato dagli stessi partner industriali. Per essere ammessi alla selezione i candidati dovranno aver superato la maggiore età, senza limiti legati alla carriera di studio e/o lavoro e la lista dei partecipanti sarà poi resa accessibile a supporto di altri stakeholders territoriali.

La Regione metterà inoltre a disposizione un totale di 150 borse di studio (presumibilmente di 900€ cadauno al mese per massimo 9 mesi), per sostenere i partecipanti, di età superiore ai 18 anni che dovranno garantire la presenza fisica ai corsi e ai laboratori che si terranno a Matera. Il numero minimo e massimo di studenti sarà concordato con i partner industriali, così come il periodo di frequenza dei corsi e dei laboratori, oltre che le modalità di erogazione degli stessi. L'assegnazione delle borse di studio infine sarà regolamentata da appositi atti e l'assegnazione sarà effettuata a seguito delle verifiche di ammissibilità da parte del Soggetto Attuatore.

Gli studenti selezionati che parteciperanno alla Academy, dovranno firmare degli accordi di riservatezza con il partner industriali, rispettando le normative nazionali e internazionali vigenti in materia di segretezza dei dati e protezione di segreti industriali legati a brevetti e/o know-how. La regione Basilicata sarà esonerata sempre e comunque da tali aspetti legati alle policy di privacy che saranno concordate direttamente tra i partner industriali e gli studenti.

L'ibridazione metodologica tra ricerca applicata e sviluppo sperimentale, l'accelerazione imprenditoriale e la specializzazione delle competenze saranno gli ingredienti principali dell'Academy e favoriranno la creazione di un vero e proprio laboratorio di accelerazione di talenti, di progetti e di startup in grado di produrre nuovi progetti di innovazione, sviluppati in risposta a precisi e concreti fabbisogni del mercato e della società in generale, avviando al lavoro e all'imprenditorialità nuovi sviluppatori e designer digitali, addestrati su sistemi innovativi e metodologie di lavoro all'avanguardia, in grado di operare sullo sviluppo di progetti di innovazione per il mercato pubblico e privato.

8. IL PIANO ECONOMICO

Nell'elaborazione del piano economico triennale della Academy per il triennio 2024/2027, si ipotizza il seguente piano economico relativo ai costi di funzionamento e promozione, che si articola in tre macrovoci:

1. Costi per utilizzo degli spazi e delle apparecchiature presso l'Hub di San Rocco (in capo al Comune di Matera)

2. Costi per il funzionamento e la promozione dell'Academy (in capo al soggetto attuatore)

3. Costi per le borse di studio

Di seguito il dettaglio dei costi:

1. Costi per utilizzo degli spazi e delle apparecchiature presso l'Hub di Sa n Rocco (in capo al Comune di Matera)

Per quanto riguarda i costi relativi alla sede operativa di Matera , in accordo con il Comune , si è tenuto conto dei seguenti elementi:

a) che l'Academy, così come previsto nella Delibera CIPESS n.79 del 22/12/2022, verrà realizzata a Matera, nell'Hub Tecnologico di San Rocco, struttura storica di grande pregio, che è stata sottoposta negli ultimi anni ad un intervento di ristrutturazione significativo, pertanto prontamente utilizzabile per accogliere l'Academy della Regione Basilicata;

b) che la sede dell'HUB di San Rocco è già provvista di una dotazione infrastrutturale di base, incluso il cablaggio ad alta velocità;

c) che saranno messi a disposizione spazi adeguati allo svolgimento delle attività formative previste dal progetto Academy e di un ulteriore spazio da adibire a segreteria/ufficio, in cui poter progettare, coordinare e realizzare le attività di cui sopra. In particolare, sono disponibili:

- la sala riunioni "Sala Sassu" al piano 1 per 30/40 posti;
- la sala riunioni sita al 4° piano per 70/80 posti; • due aule informatiche dotate di PC Windows e Mac;
- un'aula di robotica dotata di COBOT;
- uno spazio di coworking;
- l'utilizzo di laboratori di robotica e stampa 3D, gemello digitale, AR/VR, agricolt ura di precisione, QKD;
- stanze per piccole riunioni e teamwork;

Inoltre sarà fornito adeguato supporto all'utilizzo di apparecchiature presenti nell'HUB di San Rocco, attraverso interventi di personale specializzato, in linea con le esigenze didattiche dei piani formativi previsti dalla Academy e tutte le coperture assicurative necessarie per l'utilizzo di spazi e attrezzature.

2. Costi per il funzionamento e la promozione dell'Academy (in capo al soggetto attuatore)

Per quanto riguarda i costi per il funzionamento e la promozione della Academy, quest'ultimi sono in carico al Soggetto Attuatore Sviluppo Basilicata:

Funzioni e attività gestionali

- Academy Manager senior

- "Mentori" a supporto dei discenti, che opereranno in stretta collaborazione con i partner industriali

- Segreteria didattico/organizzativa e logistica, per la gestione degli studenti e degli attori coinvolti nei percorsi di Academy (Imprese, Università, ITS Academy, stakeholder, ecc.)

- Segreteria amministrativa

Lancio internazionale dell'Academy (promozione verso i partner industriali e verso i partecipanti alle Academy)

La voce di budget si riferisce al costo stimato relativo alla campagna annuale di lancio e di promozione internazionale dell'Academy, che includono l'organizzazione di roadshow in Italia e all'estero, finalizzati anche all'attrazione di talenti interessati a candidarsi.

Comunicazione e promozione

La voce di budget si riferisce al costo stimato relativo a servizi di comunicazione, di promozione e content management dell'Academy, ed includono la realizzazione e aggiornamento del sito web, l'apertura e gestione dei canali social (Linkedin, Facebook, ecc.), la gestione dell'ufficio stampa, ecc.

Coordinamento scientifico in accordo con le Università e gli ITS Academy

Questa voce di costo si riferisce a consulenze scientifiche e supporto alla creazione dei piani formativi dell'Academy e potrebbe prevedere anche contributi per le Università, gli ITS Academy Academy e gli Istituti Scolastici di Istruzione Superiore che saranno coinvolti nell'attuazione dei percorsi formativi e nel recruitment degli studenti, in accordo con i partner industriali. Saranno individuati responsabili scientifici di alto spessore a garanzia della formazione erogata e a supporto delle connessioni attive tra percorsi dell'Academy e stakeholders locali, nazionali e internazionali.

Evento annuale MT Academy Talent Exibition

La voce di budget si riferisce al costo stimato relativo all'organizzazione dell'evento annuale di placement, denominato "MT Academy Talent Exibition", per la presentazione dei risultati dell'Academy e per mettere in connessione i talenti e i progetti con le imprese e la PA interessati ad intraprendere con loro una collaborazione. I costi includono sia la parte di promozione dell'evento presso il mondo delle imprese e delle istituzioni pubbliche e private per stimolare la loro partecipazione, sia l'organizzazione dell'evento, sia i costi di comunicazione sui risultati. Si prevede la realizzazione di una piattaforma su modello "Future Talent Fair", per far conoscere alle imprese il risultato dei lavori degli studenti dell'Academy e le specifiche dei loro profili, con le schede relative agli Open Badge e alle competenze acquisite durante i percorsi didattico/laboratoriali.

Special Lecturers

La voce di spesa si riferisce al costo relativo agli esperti che si occuperanno degli approfondimenti specialistici previsti nell'Academy, che si sostanzieranno in interventi da parte di super esperti di settore, figure di elevato spicco nazionale e internazionale, ecc. L'importo stimato si intende comprensivo sia del costo della docenza, sia di eventuali spese di viaggio, vitto e alloggio per i professionisti selezionati.

3. Costi per le borse di studio

Come indicato nel presente documento, la Regione Basilicata metterà a disposizione n. 150 borse di studio per il triennio 2024/2027. Le Borse di studio verranno assegnate sulla base di una serie ben definita di criteri e serviranno a permettere ai 150 giovani che saranno selezionati per studiare e lavorare a Matera. Ogni Borsa di studio avrà un importo unitario pari a 900€ al mese (l'importo potrebbe essere soggetto a modifiche in fase attuativa) per una durata di massimo 9 mesi (in base al percorso di Academy proposto dalle Grandi Imprese).

Di seguito si riporta la tabella di riepilogo delle voci di costo:

VOCI DI COSTO	**prima annualità**	**seconda annualità**	**terza annualità**
Costi per utilizzo degli spazi e delle apparecchiature presso l'Hub di San Rocco (in capo al Comune di Matera)	*120.000€*	*120.000€*	*120.000€*
Costi per il funzionamento e la promozione dell'Academy (in capo al soggetto attuatore)			
Funzioni e attività gestionali	*250.000€*	*250.000€*	*250.000€*
Lancio internazionale dell'Academy (recruitment partner industriali e partecipanti alla Academy)	*45.000€*	*30.000€*	*30.000€*
Comunicazione e promozione	*50.000€*	*50.000€*	*50.000€*
Coordinamento scientifico, supporto alla definizione dei piani formativi, al recruitment, alle docenze che prevedano il diretto coinvolgimento di Università, ITS e altri Istituti di Formazione Superiore.	*70.000€*	*70.000€*	*70.000€*
Evento annuale MT Academy Talent Exibition + Piattaforma Talents Fair	*50.000€*	*50.000€*	*50.000€*
Special Lecturers con personalità di spicco nazionali e in ternazionali	*20.000€*	*20.000€*	*20.000€*
Costi per le Borse di Studio	*405.000€*	*405.000€*	*405.000€*
		TOTALE	***3.000.000€***

**i costi preventivati nel presente piano economico potrebbero subire degli scostamenti tra le voci così come descritte. Resta invariato il totale.*

9. RISULTATI ATTESI

Il programma triennale di Academy, sulla base dell'esperienza maturata nei contesti analizza ti, e tenuto conto della ricchezza e della naturale attrattività della Città di Matera, in particolare nel campo delle industrie culturali e creative, si stima che produrrà risultati molto significativi.

Possiamo auspicare che, per il primo anno, a valle della conclusione del percorso di Academy, potranno verificarsi i seguenti impatti:

- circa il 60/70% dei partecipanti sarà immediatamente occupabile , sia nelle strutture operative del partner industriale, sia in altre aziende del territorio lucano;
- almeno il 20% dei partecipanti avvierà un percorso di impresa , creando una startup innovativa, piuttosto che una micro-impresa nei settori culturali e creativi e/o affini;
- almeno il 10% dei partecipanti deciderà di operare come free lance , creando servizi di consulenza specialistica, in forma di autoimprenditorialità (ditta individuale; p.iva, ecc.)

Di notevole importanza per la valutazione dell'impatto sarà anche il numero di soluzioni digitali, brevetti e/o prototipi che potranno essere sviluppati e creati dagli studenti dell'Academy durante il periodo di frequenza. Si prevede che, per ogni ciclo annuale dell'Academy lucana, si producano tra le 15 e le 20 soluzioni digitali (prototipi), piuttosto che contenuti fruibili da piattaforme multi device, che possono generare startup e nuove opportunità di business.

La disponibilità sul territorio di talenti ad elevatissima specializzazione si prevede produca inoltre un notevole effetto in termini di attrazione di nuovi investimenti da parte di aziende nazionali ed internazionali e di crescita quantitativa e qualitativa delle aziende locali.

Di conseguenza ogni anno l'Academy avrà due principali ricadute:

1) Creazione di nuovi posti di lavoro presso imprese locali e non, allo scopo di perseguire questi obiettivi, grande importanza dovrà essere attribuita alla funzione di placement. Questa andrà gestita attraverso una strategia basata su due azioni:

a) la prima prevede la realizzazione di una piattaforma informatica , sul modello della Future Fair della Apple Developer Academy, che consenta agli studenti di presentarsi alle aziende mostrando le proprie competenze ed i progetti sviluppati sia all'interno della Academy che al di fuori. Le aziende avranno la possibilità di accedere alla piattaforma per selezionare, attraverso un meccanismo di filtri sulle competenze, i candidati più idonei alle proprie esigenze;

b) La seconda sarà un evento di placement, denominato "MT Academy Talent Exibition", da organizzare al termine dei mesi di corso, che consenta alle aziende di incontrare di persona gli studenti che avranno partecipato all'Academy. In una modalità estremamente interattiva,

le aziende avranno la possibilità di presentare, in spazi a loro dedicati, le posizioni disponibili al loro interno, mentre gli studenti della Academy avranno la possibilità di presentare alle aziende i progetti e le app da loro sviluppati nel corso della formazione.

2) Creazione di startup allo scopo di promuovere la nascita di percorsi imprenditoriali in seno all'Academy, specifici moduli formativi verranno dedicati alla creazione di impresa, con l'obiettivo di stanare e coltivare la propensione imprenditoriale dei proponenti e di accompagnare i potenziali imprenditori nella definizione del business model e del business plan.

Anche altri programmi complementari saranno attivati a supporto della prototipazione e delle "prove prima dell'investimento", grazie alla collaborazione con la Casa delle Tecnologie Emergenti di Matera e con la rete degli EDIH (European Digital Innovation Hub), che vedono a Matera la sede di uno dei centri specializzati di Accelerazione digitale finanziati dalla Commissione Europea e dal MIMIT.

10. SOSTENIBILITÀ OLTRE IL TRIENNIO

L'obiettivo del progetto è costruire una relazione duratura con uno o più partner industriali che sceglieranno di investire nella MT -Academy: si prevede di generare investimenti privati pari ad almeno il 30% delle somme stanziate per il setup della Academy nella città di Matera, percentuale che dovrà inevitabilmente crescere nel caso i risultati ottenuti dai partner industriali garantiscano un ritorno efficace degli investimenti.

Il primo triennio di sperimentazione sarà necessario a comprendere l'efficacia della collaborazione tra i partner industriali e l'ecosistema territoriale lucano (a partire dalla Città di Matera), che potrebbe rivelarsi estremamente interessante in materia di reclutamento dei talenti e creazione di prototipi e soluzioni digitali che soddisfino appieno le esigenze produttive dei partner industriali. Più efficaci saranno i risultati ottenuti grazie alla MT Academy e maggiori saranno gli investimenti sul territorio lucano, che potrebbero impattare soprattutto in termini occupazionali.

Attorno alle Corporate Academy legate a partner industriali si creano dei veri e propri ecosistemi dell'innovazione, nei quali ognuno fa la propria parte, generando impatti socio-economici diretti ma anche notevoli impatti culturali e sociali indiretti, che si riescono a misurare solo a distanza di anni. Le attività formative dell'Academy si potenziano efficacemente quando gli ecosistemi che la ospitano generano ulteriori investimenti pubblico/privati a supporto di iniziative collaterali che potenziano gli impatti socio-economici sul territorio.

In tale ottica la Regione Basilicata vuole avviare un percorso pluriennale rivolto alla creazione e al supporto di Academy internazionali in rapporto con partner industriali sul territorio lucano, così da prevedere investimenti a valere su risorse comunitarie e su altri fondi mirati a produrre strategie di sviluppo efficaci, tra i quali i fondi per le compensazioni ambientali e lo sviluppo sostenibile per le estrazioni petrolifere.

Alcuni costi di gestione di potranno rendere sostenibili anche grazie alla collaborazione dei partner industriali o di Imprese territoriali che saranno invitate a partecipare alla filiera che la Academy potrà generare attorno a sé: nel triennio di sperimentazione, si penserà infatti a formule di regolamentazione del partenariato Pubblico - Privato, per costruire un percorso sostenibile che perduri nel tempo.

Si rimanda ad un approfondimento a seguito del primo anno di attività, dopo aver testato sul campo le criticità e i punti di forza del modello e dopo aver generato le giuste relazioni per costruire ponti e collaborazioni a livello locale, nazionale e internazionale.

11. LE ACADEMY COME STRUMENTO PER LA S3 LUCANA

Molte Regioni italiane hanno scelto di utilizzare il modello delle Corporate Academy per supportare la crescita delle imprese e i processi cosiddetti di "Twin Transition" territoriali, finanziando sia i gruppi industriali che le PMI, perché potessero stimolare sia la formazione interna che l'acquisizione di nuovo personale attraverso la collaborazione con Università e Istituti scolastici superiori.

Le Regioni Lombardia ed Emilia Romagna hanno già attivato e sperimentato tali processi a partire dal 2018, la Regione Marche nel 2019, mentre sono in fase di attuazione politiche simili nel Veneto e in altre Regioni sia del Centro Nord che del Sud Italia.

Come già descritto nei paragrafi precedenti, le Corporate Academy sono un'evoluzione e un superamento delle tradizionali attività formative aziendali, utilizzando metodologie innovative che non sono solo mirate ad acquisire competenze specialistiche utili all'azienda, ma anche a rafforzare l'attaccamento alla mission e alle attività. A questo va aggiunto un potenziale attrattivo verso giovani talenti che, grazie all'Academy promossa dall'Impresa, possono diventare futuri collaboratori. Accade sempre più spesso (specie nelle aree a f forte vocazione industriale) che gli studenti decidono di intraprendere una formazione in una Academy aziendale preferendola ai tradizionali percorsi scolastici, anche prima di raggiungere la maggiore età.

Strutturare una Corporate Academy aziendale è un percorso impegnativo e di medio -lungo investimento, poiché serve pianificazione, consapevolezza, strategia e una capacità da parte dell'impresa di connettersi con i sistemi dell'educazione e della formazione territoriali. È un grande e importante processo di change management, forse il più complesso che un'azienda possa attuare!

Inoltre servono interazioni efficaci con il sistema universitario e scolastico, che implicano anche la presenza di ITS, Scuole e Università preparate alla collaborazione strutturata con il tessuto imprenditoriale.

Per questo, in un ecosistema come quello lucano, nel quale i settori produttivi sono composti prevalentemente da PMI e micro -imprese e nel quale non è sempre scontato assistere a forme strutturate ed efficienti di collaborazione tra Università/Scuole e Imprese, si può stimolare l'introduzione del modello Corporate Academy partendo proprio dai Cluster dell'innovazione istituiti nella S3 lucana nel 2018 e tuttora operanti, perchè già aggregano insieme le Imprese, le Università, gli ITS Academy Academy e gli Organismi di Ricerca e che vedono di fatto già una stretta collaborazione tra questi soggetti per la realizzazione di progetti di innovazione territoriali, nazionali e internazionali. Coinvolgendo in maniera efficace e strategica non solo i Cluster, ma anche e altri stakeholders territoriali, nazionali e internazionali all'interno delle nuove politiche di Smart Specialization Strategy 2021-2027, la Basilicata potrebbe avviare la costituzione di Academy di settore in diverse

aree del territorio lucano, rendendo più attrattiva la Basilicata non solo per i giovani talenti ma anche per Imprese e Investitori di settore da ogni parte del mondo.

La stessa Commissione Europea lanciò già nel 201 6 l'idea di costruire alleanze tra gli ITS Academy, le Scuole Superiori e le Imprese all'interno delle strategie S3 territoriali, come si evince da una delle iniziativa che furono mosse in tal senso, denominata HESS - Higher Education for Smart Specialisation , promossa dal JRC Institute e dalla Direzione Educazione, sport e cultura

- https://s3platform.jrc.ec.europa.eu/higher-education

Nel 2020, un report dell'OECD, in collaborazione con la Contea di Värmland in Svezia, ha analizzato gli impatti delle Corporate Academy nell'ecosistema S3 della regione svedese, di fatto programmando uno dei pochi casi applicativi in Europa di supporto alla creazione di Academy come strumento di Policy

- https://www.oecd.org/cfe/smes/Evaluation_Academy_Smart_Specialisation.pdf

Più in generale, molti Paesi del l'UE coinvolti nelle policy legate alla S3 hanno investito nel potenziamento tra Organismi di Ricerca e settori produttivi (industrie e filiere di PMI), utilizzando i modelli delle Academy piuttosto che HUB dell'Innovazione, prevalentemente connessi alle Università. Basta La tematica è molto vasta e meriterebbe diverse indagini, partendo dalla fonte principale per reperire le informazioni, ossia la S3 Platform ufficiale europea

- https://s3platform.jrc.ec.europa.eu/

La Regione ha inoltre promosso questa visione di potenziamento degli ecosistemi dell'innovazione territoriali anche all'interno del "PIANO STRATEGICO REGIONALE 2021-2030", che oltre a prevedere gli investimenti sulla MT Academy, auspica un potenziamento del rapporto tra Ricerca e Impresa su tutto il territorio della Basilicata.

- https://www.regione.basilicata.it/giunta/files/docs/DOCUMENT_FILE_3078789.pdf

Questa visione si potrà attuare già a partire dai prossimi mesi, in seno alla riprogrammazione delle strategie della S3 della Basilicata, al fine di aggiornare le politiche di sviluppo e innovazione legate al programma di Smart Specialization e potenziare il ruolo dei Cluster dell'Innovazione sul territorio lucano.