

Newspaper metadata:

Source: Economy Author: Marco Scotti
 Country: Italy Date: 2019/03/01
 Media: Periodics Pages: 99 - 100

Media Evaluation:

Readership: 149.000
 Ave € 16.000
 Pages Occupied 2.0



STORY-LEARNING

L'ecosistema dei partner che mette al centro Microsoft

Mentorship, gioco di squadra e progetti con le Università: ecco come il colosso dell'informatica digitalizzerà il Paese. Ce ne parla Barbara Cominelli, direttore Marketing & Operations in Italia

di Marco Scotti



«**ABBIAMO APPENA ANNUNCIATO UN PROGETTO DEDICATO ALLE SCUOLE CHE COINVOLGERÀ IL PROSSIMO ANNO 250.000 STUDENTI TRA I 12 E I 18 ANNI E 20.000 INSEGNANTI.** Inoltre, abbiamo ampliato il numero di partnership con gli atenei universitari: la Federico II di Napoli, l'Università di Bari e ora anche il Politecnico di Milano, un'autentica eccellenza a livello mondiale». Barbara Cominelli, direttore Marketing & Operations di Microsoft Italia, spiega l'impegno della multinazionale fondata da Bill Gates e Paul Allen per rendere l'Italia un luogo più tecnologicamente avanzato.

Perché un'azienda privata come Microsoft sta investendo risorse nello sviluppo delle competenze digitali?

È ovvio che questo è un tema di Csr - la responsabilità sociale d'impresa, ndr -, ma non

dimentichiamoci che siamo in Italia da 30 anni, che siamo presenti in milioni di personal computers in questo paese: se cresce l'Italia, cresciamo anche noi. Siamo un pezzo importante dell'ecosistema digitale, e più questo cresce, più ci sviluppiamo anche noi. Possiamo dire che abbiamo un conflitto d'interessi positivo affinché il paese cresca.

Si spieghi meglio...

«**VOGLIAMO OFFRIRE UN APPROCCIO ESPERIENZIALE IN CUI GLI STUDENTI REALIZZERANNO PROGETTI VERI E PROPRI E IMPARERANNO IL PROBLEM SOLVING**»

Abbiamo strutturato il nostro business in Italia creando il cosiddetto ecosistema dei partner, composto da 10mila soggetti con cui noi lavoriamo. Per ogni 10 euro che loro guadagnano, Microsoft ne guadagna uno: per questo abbiamo interesse a contribuire alla creazione di un'Italia più fortemente digitalizzata.

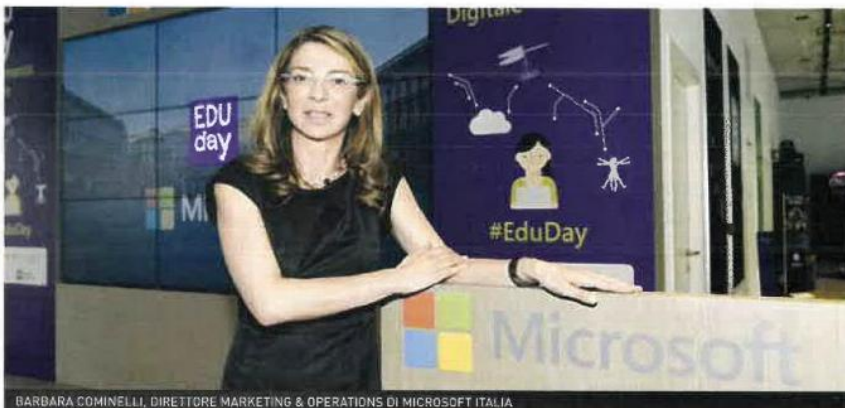
Non spetterebbe alle istituzioni?

No, perché da sole non ce la possono fare. Serve un gioco di squadra che funzioni in modo che si uniscano le forze del pubblico, i privati

(come noi) e l'università. Noi poi ci mettiamo del nostro, ma siamo sicuri che da solo non basta. Ma se poi aiutiamo a creare un nuovo modello di sviluppo, perché no?

A questo proposito, nei giorni scorsi avete annunciato, dal Politecnico di Milano, nuove iniziative per le scuole italiane, davanti al vostro presidente Brad Smith. Ci dica di più...

Abbiamo lanciato un progetto che ha l'obiettivo di coinvolgere 250.000 studenti, dai 12 ai 18 anni in 14 regioni italiane, per formarli sulle tecnologie. Vogliamo che i ragazzi possano toccare con mano che cosa significhi operare nel campo del digitale, dimostrando che è un altro degli strumenti che hanno a disposizione. Vogliamo riuscire a offrire un approccio esperienziale per cui realizzeranno progetti veri e propri e impareranno il problem solving. Inoltre, vogliamo coinvolgere 20.000 insegnanti all'anno perché anche loro si sentano coinvolti nell'ecosistema digitale che cambia.



BARBARA COMINELLI, DIRETTORE MARKETING & OPERATIONS DI MICROSOFT ITALIA



CON LINKEDIN E ADECCO DEFINIREMO PRESTO UN INDICE DI EMPLOYABILITY

Newspaper metadata:

Source: Economy Author: Marco Scotti
 Country: Italy Date: 2019/03/01
 Media: Periodics Pages: 99 - 100

Media Evaluation:

Readership: 149.000
 Ave € 16.000
 Pages Occuped 2.0



Chissà che impegno dal punto di vista della forza lavoro che avete mobilitato...

In realtà no: abbiamo avviato già da una decina d'anni una collaborazione con la Fondazione Mondo Digitale, una ong che ha messo a disposizione i propri trainer per portare avanti questo progetto. Non solo: abbiamo cooptato anche ragazzi dell'università che possono fare da mentor per i più giovani. Infine, ci sono una cinquantina di dipendenti Microsoft che lavorano al progetto come volontari. Nella nostra azienda, infatti, abbiamo diritto a tre giorni retribuiti all'anno per svolgere attività di volontariato e alcuni dei nostri hanno scelto di impiegare queste giornate in questo modo.

Il progetto con le scuole è una delle tre "gambe" che compongono il progetto Ambizione Italia: ce lo vuole presentare?

La seconda parte del nostro progetto riguarda le competenze verticali. Abbiamo avviato una serie di corsi gratuiti che riguardano le specifiche competenze, divisi per profilo. Ce ne sono tantissimi, dal data scientist all'architetto di data cloud. Inoltre, abbiamo dato il via a 12 accademie, dislocate sui territori, con una serie di partner per realizzare dei corsi della durata variabile dai 4 ai 6 mesi. Possono essere solo online, o in aula o con un mix tra le diverse possibilità. La nostra pretesa è riuscire a formare gli specialisti che le aziende stanno cercando, perché in Italia, a fronte di una disoccupazione giovanile intorno al 30%, abbiamo dati che certificano che nei prossimi anni avremo bisogno di circa 135.000 esperti di Ict che al momento non ci sono. Inoltre, abbiamo lanciato un'iniziativa con la Confe-

renza dei Rettori delle Università italiane per integrare, all'interno del corso dell'università, una parte di laboratori per mettere a disposizione il software e le piattaforme. Ovviamente la parte teorica rimane in capo agli atenei, noi cerchiamo di aiutare in quella pratica. Nei giorni scorsi abbiamo annunciato che, dopo la Federico II di Napoli e l'Università di Bari, abbiamo stretto un accordo di questo tipo anche con il Politecnico di Milano. Ci piacerebbe espandere questa partnership a tutte le università italiane, anche perché al termine di questo percorso possono ottenere una certificazione Microsoft, un attestato che apre ulteriori porte.

E l'ultimo tassello di Ambizione Italia qual è?

È quello che riguarda il re-skilling dei lavoratori, ovvero il riposizionamento dei lavoratori. In questo caso i partner che abbiamo sono LinkedIn e Adecco e l'idea è quella di lanciare a breve una piattaforma che aiuta a valutare le competenze rispetto alle esigenze del futuro e a definire una sorta di "indice di employability" in base alle conoscenze che si hanno al momento e rispetto alle future esigenze del mercato del lavoro. Questo consente di riposizionarsi nel caso in cui ci si accorga di essere lontani dalle necessità.

Tecnologie capaci di rimodulare carriere lavorative: ma l'Italia è pronta per questo passaggio?

Sappiamo che siamo agli ultimi posti in Europa per digitalizzazione. Eppure molti studi dimostrano chiaramente come facendo leva sull'intelligenza artificiale e su altre tecnologie si possa fare un vero salto di competitività. Si tratta di strumenti che sono disponibili in cloud e quindi "democratizzati", cioè disponibili a tutti. Noi di Microsoft possiamo offrire diversi tool che garantiscono la possibilità di migliorare in maniera esponenziale il business, specialmente delle Pmi. Oggi in Italia c'è grande movimento intorno a questi filoni e quasi tutte le aziende stanno iniziando a fare qualcosa.

L'intelligenza artificiale è la "killer application" dei prossimi anni?

Sicuramente, ma le aziende italiane sono ancora in fase pilota, specialmente le Pmi. Sono poche le aziende che abbiano una visione olistica e che abbiano compreso l'importanza di queste tecnologie. Molti non hanno neanche in aziende le persone adatte per svilupparle. Inoltre manca l'ecosistema e le aziende italiane si stanno sentendo un po' sole. La politica tutta, la pubblica amministrazione, le università: le imprese non ricevono le risposte di cui avrebbero bisogno. Eppure l'Italia sarebbe un terreno fertile eccellente. In Microsoft, ad esempio, abbiamo sviluppato progetti che ci rendono leader nel mondo. Ma si tratta di isole d'eccellenza, non c'è un progetto organico alla base.

Per concludere, visto che siamo alla vigilia dell'8 marzo, lei, che pure lavora in un'azienda con una grande presenza femminile, è favorevole alle quote rosa?

Il termine è davvero terribile e non so se sia giusto chiamare così la presenza di donne nelle posizioni apicali. Quello che so è che il problema c'è ed è inutile fare finta di niente. Serve quindi prestare la massima attenzione per mantenere obiettività nei processi di selezione. Il lavoro da fare è ancora tantissimo e c'è bisogno di interventi per far aumentare il livello di diversity. Penso che il tema debba essere affrontato in due livelli: c'è il primo, quello base, in cui vediamo che le Pmi sono molto indietro. Si tratta del welfare di base, della conciliazione tra vita privata e lavorativa, delle agevolazioni per le donne che rientrano dalla maternità. Poi invece c'è un livello più alto, che riguarda tutte le aziende, ed è quello che deve garantire a tutti i dipendenti la stessa possibilità di accesso ai livelli di leadership, di mentorship.

E dunque sì alle quote rosa purché non vengano chiamate così...

In Italia ce n'è ancora tanto bisogno. Ma che brutto, quel nome!

FACENDO LEVA SULL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE E SULLE ALTRE TECNOLOGIE SI PUÒ FAR FARE AL PAESE UN VERO SALTO DI COMPETITIVITÀ