

## Scuola &amp; lavoro

## La cultura tecnica e le sfide del futuro

Gli Its

Percorsi di formazione studiati con le aziende

Gli Istituti tecnici superiori sono corsi biennali destinati ai giovani diplomati che desiderano investire sullo sviluppo delle proprie competenze, tecniche ma non solo. Gli Its con un percorso caratterizzato da un metodo di ap-

prendimento applicativo e da un alto tasso di occupabilità. Il tratto distintivo degli Its è infatti la loro forte integrazione con il sistema delle imprese: oltre la metà delle ore di formazione è realizzata con esperti provenienti dal mondo del

lavoro e, nell'ambito dei due anni, sono previste non meno del 30% delle ore di tirocinio o apprendistato. Il percorso didattico è strutturato secondo unità formative per favorire lo sviluppo di competenze tecniche speciali-

stiche e skill trasversali, che vengono acquisite in aula, nei laboratori e nelle aziende. Grazie a questa formula, e a conferma del loro valore, gli Its fanno registrare in Italia un tasso di occupazione superiore all'83%. C. Doz.

# Marketing dell'alimentare L'Its prepara i super tecnici sulle eccellenze territoriali

**Didattica.** Si amplia l'offerta formativa proposta dalla Fondazione Confindustria sostiene questi corsi nati dalle esigenze delle imprese

CHRISTIAN DOZIO

L'agroalimentare dei territori di Sondrio e Lecco merita di essere conosciuto nel mondo: per raggiungere il risultato, il sistema Its si prepara a formare una figura tecnica con le competenze necessarie.

Nello specifico è la Fondazione istituto tecnico superiore per l'innovazione del Sistema agroalimentare ad aver deciso di raddoppiare l'offerta formativa, gettando le basi del corso per "Tecnico superiore specializzato nel marketing e nella commercializzazione delle produzioni agroalimentari del territorio", pronto a tenere banco nel biennio 2021-2023.



Franco Moro, presidente della Fondazione del sistema agro alimentare

Innovazione

Il nuovo percorso va ad aggiungersi a quello già in essere, dedicato al "Tecnico Superiore specializzato nell'innovazione della filiera agroalimentare, nel controllo qualità e nella gestione della produzione".

«Dopo un primo triennio di avvio delle attività progettuali - evidenzia il presidente della Fondazione, **Franco Moro** - e accogliendo anche le indicazioni di Regione Lombardia in riferimento agli Its, ci siamo dati l'obiettivo di ampliare la nostra offerta formativa in maniera complementare rispetto all'esperienza ormai consolidata e legata al corso Its nell'area del controllo qualità, con un nuovo percorso che asse-

conda sempre le esigenze delle imprese del settore agroalimentare, ma si concentra su figure professionali ad elevata specializzazione da inserire in altre aree aziendali».

Nella fattispecie, Moro si riferisce a risorse dedicate alla promozione, al marketing e alla commercializzazione delle produzioni di filiera. «Se a fondamento della nuova iniziativa resta il forte legame con le imprese, questo si consolida ulteriormente con una valorizzazione delle competenze specifiche delle aziende socie, anche grazie all'erogazione di una parte delle attività didattiche presso le loro sedi che si aggiunge

a tirocini aziendali, visite tecniche e attività laboratoriali».

Alla base della nuova iniziativa formativa, l'analisi dello scenario oltre che dei fabbisogni in termini di competenze evidenziati dalle imprese di un settore che si conferma in buona salute e richiede nuovi addetti. Durante il periodo di emergenza sanitaria le aziende del settore agroalimentare hanno mantenuto una sostanziale stabilità degli occupati e tra il 2021 e il 2025 si stima che saranno necessari tra i 68 mila e i 72 mila occupati. Una parte di questi occupati dovrà ricoprire professioni tecniche, tra cui anche quelle di tecnico dei rapporti con i mer-

cati. Inoltre, sempre sulla base del rapporto di Unioncamere, le competenze green legate all'agenda 2030 e le competenze legate alla trasformazione digitale dovranno essere possedute trasversalmente anche da tutte le professioni ad elevata specializzazione e tecniche, così da garantire una più ampia occupabilità.

Esperienza

«Lo vediamo benissimo sul nostro territorio - commenta il presidente di Confindustria Lecco e Sondrio, **Lorenzo Riva** - ma la stessa esperienza si conferma anche nelle altre regioni: i giovani usciti dagli Its hanno tutti in brevissimo tempo un contratto di lavoro e proposte di impieghi coerenti con il percorso formativo. Gli Istituti tecnici superiori, che rappresentano la nostra sola offerta terziaria professionalizzante non accademica, sono un asset strategico per la manifattura italiana ed hanno meritoriamente introdotto un nuovo modo di fare formazione dopo il diploma. Il punto di forza infatti è quello della coprogettazione fatta con le imprese, accompagnata da molte ore di tirocinio e da esperienze di laboratorio, dalla presenza di docenti che provengono in gran parte del mondo del lavoro».

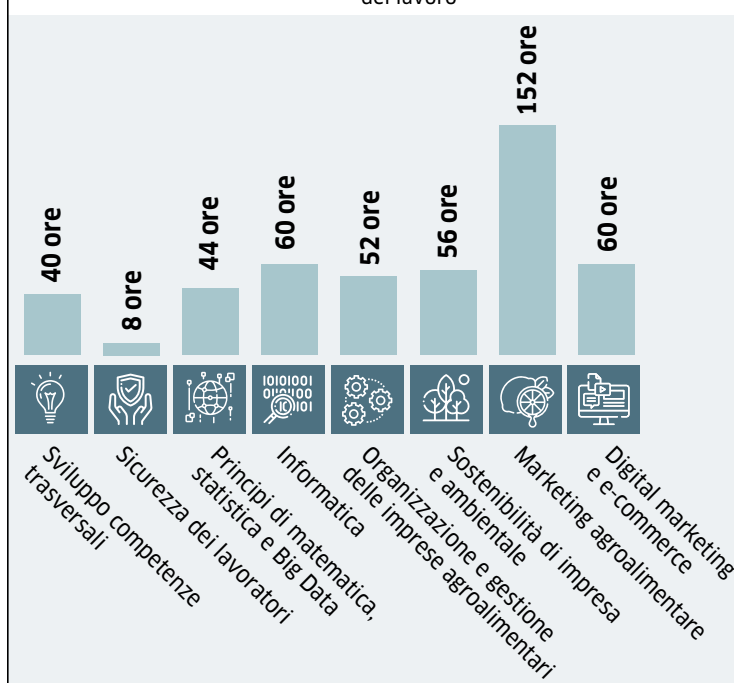
Confindustria, dunque, continua a sostenere convintamente gli Its e, anzi, auspica che possano vivere una stagione di ulteriore valorizzazione, considerata la

## Marketing delle produzioni agroalimentari del territorio

**DURATA**  
Due annualità di 1.000 ore ciascuna, 30% delle ore d'aula in DAD

**DOCENTI**  
Per almeno il 50% delle ore di formazione sono provenienti dal mondo del lavoro

**TIROCINIO**  
896 ore nel biennio



## Sono previste azioni mirate per sollecitare le candidature femminili

«fame» di figure tecniche del tessuto imprenditoriale territoriale. «La nostra associazione - interviene il direttore generale confindustriale **Giulio Sirtori** - è impegnata nel fare orientamento, nel promuovere la vicinanza fra sistema formativo e produttivo ma anche nel sostenere un'offerta formativa qualificata, per rispondere alle esigenze delle nostre

imprese». **Stefania Palma**, membro di giunta della Fondazione Its oltre che responsabile dell'area risorse umane dell'associazione di via Caprera, si sofferma invece sulla presenza femminile nei corsi di impronta tecnica, ancora inferiore rispetto a quella maschile. «Per questo motivo con il lancio del nuovo Its verranno realizzate azioni specifiche per sollecitare le candidature femminili. Altri elementi da sottolineare dal punto di vista didattico sono l'attenzione ai temi della sostenibilità e della digitalizzazione».

**Marco Chiapparini**, presidente del comitato tecnico-scientifico della Fondazione Its, chiarisce che il ruolo della figura

## «Creatività e comunicazione: temi che piacciono ai ragazzi»

L'imprenditore

Emilio Mottolini è il responsabile commerciale dell'omonimo salumificio

«Anche le aziende dell'agroalimentare sono chiamate a partecipare a dare il loro contributo all'evoluzione in termini di sostenibilità del tessuto produttivo. In particolare ci si sta approc-

ciando a nuove soluzioni di packaging, al ripensamento della logistica e degli stessi prodotti in questa ottica. Questo fa sì che servano nuove competenze trasversali, che abbraccino la sostenibilità ambientale, ma non solo. Una di queste è quella del marketing e della spinta sull'export».

**Emilio Mottolini**, responsabile commerciale del Salumificio Mottolini di Poggiri-

denti, guarda con grande attenzione e interesse alla nuova iniziativa formativa della Fondazione Its Agroalimentare.

«Il periodo non è dei più semplici - è la sua premessa - e non risparmia nessun settore, compreso quello agroalimentare, che pur essendo anticiclico sconta a sua volta una serie di difficoltà, con forti aumenti dei prezzi delle materie prime e situazioni di

scarsa reperibilità di prodotti che creano qualche distorsione di mercato. Speriamo che queste condizioni vengano superate presto, anche se il primo trimestre del 2022 non promette bene».

In questo contesto si colloca il nuovo percorso biennale pronto a prendere il via e che Mottolini considera particolarmente attrattivo per i ragazzi.

«Questo nuovo Its credo possa essere molto stimolante per i giovani, perché il marketing è un settore che fa leva sull'iniziativa personale, sulla creatività, sulla comunicazione che passa anche attraverso i social. Anche per questo siamo fiduciosi che ci

sarà parecchio interesse da parte dei ragazzi verso questa proposta formativa. Nei due anni del corso, avranno la possibilità di toccare con mano il loro futuro lavoro, con tante ore svolte in aziende di diversi settori, perché a Sondrio e Lecco abbiamo eccellenze molto importanti».

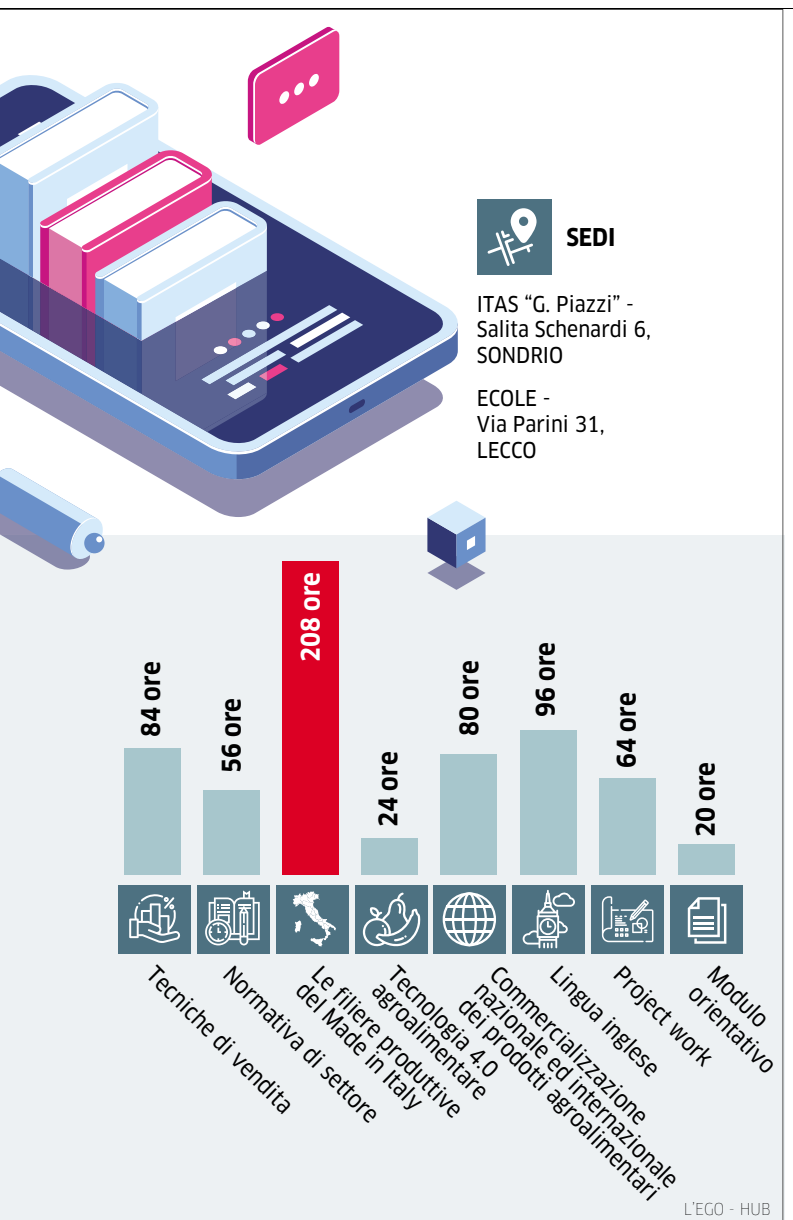
Le aziende hanno assolutamente bisogno di loro e i giovani «sono convinto che possano vedere in questa proposta una opportunità di rilievo per costruirsi un futuro importante in un territorio bello come il nostro», ha aggiunto.

«Si parla infatti in tanti casi di prodotti Dop o Igp, ma spesso questi non sono anco-

ra sufficientemente conosciuti, soprattutto all'estero. La missione importante è quindi portare il nostro agroalimentare anche al di fuori dei confini nazionali e, in questo senso, le Olimpiadi invernali del 2026 saranno una vetrina eccezionale per la Valtellina e la Lombardia. Sarà importante farsi trovare pronti per poter comunicare in Italia, in Europa e oltre le nostre eccellenze, dai formaggi alla bresaola, dai pizzoccheri alle mele solo per fare qualche esempio. Gli spazi ci sono, il lavoro pure: dobbiamo crederci e andare decisi in questa direzione. Le aziende non faranno mancare il loro supporto». **C. Doz.**

Giovedì 25 alle 17

## Durante l'open day la testimonianza delle ditte



professionale di questo corso «acquisisce competenze specifiche sul settore agroalimentare, oltre a quelle trasversali, quali marketing, economia, lingua inglese. A queste si associano quelle specifiche sulle filiere: oltre ad un inquadramento generale del settore, si apprenderà così una sorta di mappa dell'agroalimentare».

Il profilo che verrà formato in questo biennio, dunque, avrà competenze specifiche riguardanti i prodotti agroalimentari e le normative di settore, analizzerà le diverse forme di promozione e marketing, gli aspetti economici relativi al mercato di settore anche attraverso lo studio dei trend di consumo e il benchmarking, nonché le strategie e le tecniche

di vendita nei diversi canali distributivi dall'ingrosso all'e-commerce. Analizzerà le dinamiche e le modalità di sviluppo e valorizzazione delle produzioni territoriali nel contesto della crescente globalizzazione. Proporrà e proporrà iniziative di sviluppo di soluzioni innovative e di miglioramento competitivo. Dovrà rafforzare la competitività dell'impresa sia a livello nazionale che internazionale mediante l'attivazione di reti e relazioni con stakeholder pubblici e privati anche attraverso la valorizzazione delle tradizioni locali e delle produzioni tipiche, basandosi anche su competenze linguistiche che verranno affinate.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'open day di presentazione del nuovo percorso si terrà online giovedì 25 alle 17. Il link per accedere è [meet.google.com/tbr-swjj-tev](https://meet.google.com/tbr-swjj-tev). Nell'ambito dell'appuntamento verranno proposte alcune testimonianze di imprese del settore. Per informa-

zioni: [info@fondazioneagroalimentareits.it](mailto:info@fondazioneagroalimentareits.it). Il nuovo corso Its formerà figure con competenze specifiche riguardanti i prodotti agroalimentari e le normative di settore (certificazioni nazionali e internazionali). Il tecnico superiore approfondirà

le diverse forme di promozione e marketing, gli aspetti economici relativi al mercato di settore anche attraverso lo studio dei trend di consumo e il benchmarking, nonché le strategie e le tecniche di vendita nei diversi canali distributivi dall'ingrosso all'e-commerce;

analizzerà le dinamiche e le modalità di sviluppo e valorizzazione delle produzioni territoriali nel contesto della crescente globalizzazione. Inoltre, proporrà e proporrà iniziative per lo sviluppo di soluzioni innovative e di miglioramento competitivo. C. DOZ

# «La qualità è fondamentale Servono alte competenze»

**Leader.** Plinio Agostoni, vice presidente Icam: «La formazione degli addetti è lo strumento necessario per essere competitivi sui mercati internazionali»

«Stiamo crescendo in modo consistente, quindi abbiamo bisogno di forze fresche da inserire in tutte le aree. Penso alle linee di produzione, alla ricerca e sviluppo e alle aree commerciali; figure tecniche ma anche avvocati per la contrattualistica ed esperti in gestione di risorse umane. L'azienda si sta strutturando sempre più nell'ottica di rispondere nel modo migliore alle richieste dei mercati internazionali e di reggere la competizione globale come stiamo facendo in modo molto positivo. Dunque, la struttura va adeguata a tutti i livelli, dalla forza produttiva alla capacità gestionale che va a interessare tutti gli aspetti».

### Opportunità

In questa situazione, la possibilità di contare sull'Its Agroalimentare e sulla sua offerta formativa (che quest'anno raddoppia), anche per la Icam rappresenta un'opportunità preziosa, visto il periodo di grande sviluppo che la storica azienda lecchese sta vivendo ormai da tempo.

«Siamo cresciuti molto anche numericamente - prosegue il vicepresidente **Plinio Agostoni** -: dai 300 collaboratori di qualche anno fa chiuderemo il 2021 con oltre 450 unità, compresa una quota di lavoratori a tempo determinato il cui ruolo è corrispondente alle stagionalità. Ogni anno assumiamo decine di persone e speriamo di continuare così, perché siamo



Plinio Agostoni, vice presidente di Icam

contenti di poter costantemente offrire lavoro in un periodo in cui, nonostante la ripresa sia ormai in atto da tempo, i tassi di disoccupazione sono ancora elevati».

Le difficoltà nel reperire le risorse umane necessarie restano, però, consistenti: «Il tipo di know how che si richiede non è facilmente reperibile sul territorio, per cui dobbiamo fare molta formazione interna: ogni anno dedichiamo a questa partita ventimila ore. Ma ci sono problemi anche sul piano commerciale, perché oggi i giovani privilegiano aspetti di tipo logistico (preferiscono restare vicino a casa, in ambienti dove sia per loro più facile vivere una vita di tipo relazionale) ad altri di carattere professionale. Questo ci ha inizialmente un po' spiazzato, ma non ci ha impedito di crescere».

Quando è nato l'Its Agroalimentare, Icam ha ritenuto di sostenerlo subito, «perché siamo convinti che il territorio, e non solo noi nello specifico, ne abbia bisogno. Le imprese italiane possono competere e vincere nel mondo se si muovono sempre più verso l'alta qualità, la specificità, le certificazioni e le soluzioni più avanzate. Questo implica l'esigenza di avere personale sempre più preparato e con competenze sempre maggiori. L'Its risponde a questo tipo di necessità».

Plinio Agostoni si sofferma quindi sul nuovo percorso biennale, che da quest'anno permetterà la formazione di competenze specifiche dedicate a marketing e commercializzazione. «Crediamo che sia una soluzione interessante per un territorio come il nostro, in cui la filiera è anche

molto orientata al turismo enogastronomico per il quale, dunque, la comunicazione e l'attrattiva sono fondamentali. Perché, a differenza di qualche anno fa, non è più sufficiente fare un prodotto eccellente, bisogna anche saperlo far conoscere; e anche questo richiede preparazione e mentalità».

### Approfondire

Tanto più considerata la consistenza del nostro territorio, che vanta la presenza di numerose eccellenze del settore agroalimentare, le quali «meritano di essere conosciute in modo sempre più ampio e approfondito, affinché possano diventare sempre più vincenti crescendo sia sui mercati esteri che attraverso lo sviluppo del turismo enogastronomico che oggi si è già imposto in Valtellina ma che può incrementare anche oltre quelle specifiche zone. Penso alla Valsassina e ad altre aree più vicine a Lecco, che meritano di essere valorizzate, rappresentando anche importanti occasioni di lavoro in una provincia in cui il metalmeccanico fa comunque sempre la parte del leone. Rispetto alla vocazione complessiva - ha concluso Agostoni -, l'agroalimentare rimane un aspetto minoritario, ma è comunque molto interessante anche perché su cibo, alimentazione e sostenibilità si rileva la crescente attenzione di mercato e consumatori». C. DOZ

© RIPRODUZIONE RISERVATA



## SIAMO LE TUE ALI.

Per vincere sfide sempre più ardue. Per affrontare un mercato sempre più complesso. Per rendere le imprese sempre più competitive. In Confindustria Lecco e Sondrio, oltre 730 imprenditori condividono idee e progetti, e ogni giorno scelgono di continuare a volare insieme. Perché insieme si vola più in alto.

GIOVANNI RUGGERI,  
IMPRENDITORE ASSOCIATO  
CONFINDUSTRIALECCOESONDRIO.IT

