

UN'ACCADEMIA SU MISURA

I MUTAMENTI NEL SETTORE ASSICURATIVO IMPATTANO SU ORGANIZZAZIONI CHE VIVONO A LORO VOLTA MOMENTI DI EVOLUZIONE. IL GRUPPO UNIPOL HA CERCATO LA RISPOSTA AL CAMBIAMENTO CON UNA ACADEMY INTERNA STRUTTURATA COME UN CAMPUS UNIVERSITARIO

Governare una fase di cambiamento significa anche essere in grado di identificare per tempo le esigenze emergenti e costruire delle adeguate risposte. È su questa base che quattro anni fa il gruppo **Unipol** ha dato vita a *Unica – Unipol Corporate Academy*, progetto che può contare su una sede dedicata ed è strutturata come un campus universitario. **Federica Pizzini**, head of Unipol Corporate Academy, spiega che il progetto ha avuto le sue radici nella fase di trasformazione del gruppo realizzata con il piano industriale 2013-2015, “un passaggio che si collocava in un contesto di grandi mutazioni del mercato assicurativo, per affrontare il quale si è guardato alla formazione come strumento più idoneo”. Unica nasce nel 2016 con il presupposto di “creare un senso di appartenenza e un linguaggio comune per tutti coloro che contribuiscono alla produzione di valore per il gruppo, quindi manager, dipendenti e rete agenziali”, con l'intenzione di fornire nozioni ma anche di creare i presupposti per una crescita continua della persona. Il progetto si basa su quattro pilastri: formare sulle com-

petenze specialistiche, fare networking tra i diversi attori del gruppo, valorizzare il brand Unipol, avere grande attenzione per gli *economics*: i Kpi di riferimento si attestano a oltre un milione di ore di formazione all'anno, con una media annuale di 40mila frequentanti.

IL RUOLO CENTRALE DELLE COMPETENZE

La prima esigenza a cui l'Academy ha dato risposta riguarda l'aggiornamento e la creazione di uniformità delle competenze tecnico-specialistiche, attività che beneficia di un'attenzione particolare verso l'albo docenti, costituito da oltre 600 tra manager, funzionari e agenti che vengono formati sulle modalità di docenza, “un sistema certificato, costituito su livelli di abilitazione, che ci permette di valorizzare le competenze interne, selezionate anche secondo la predisposizione all'attività formativa”. Una seconda area di attività riguarda la riqualificazione del personale, soprattutto in tema di competenze digitali, con attenzione per le personal skill e l'obiettivo, spiega Pizzini, “di abilitare le persone a gestire il cambiamento e di addestrarle alle nuove professionalità”. Un esempio è il master *Innovation Manager di Agenzia* che ha l'obiettivo di formare gli agenti al ruolo che sarà richiesto dall'agenzia del futuro; percorso che ha riscosso molto interesse e che è stato avviato, con alcuni moduli, anche per una pluralità di agenti. Inoltre, Unica ha predisposto due percorsi dedicati ai giovani, “uno è rivolto alle risorse under35, che partecipano ad attività progettuali nel *Laboratorio Unipol Innovation*; l'altro è un master dedicato a giovani neolaureati, inseriti per un anno in Academy ma a disposizione del gruppo per un percorso esperienziale che si è posto anche l'obiettivo di superare il paradigma della separazione tra direzione di compagnia e agenzie”. Un terzo ambito su cui lavora Unica è quello dell'inclusione, con una serie di eventi aperti al mondo del sociale e dell'integrazione. **M.M.**



Federica Pizzini, head of Unipol Corporate Academy