

ING e "Job Digital Lab", la formazione che ti mette in gioco

«Obiettivo del Gruppo ING è creare un'economia più inclusiva attraverso lo sviluppo di competenze digitali» sottolinea Silvia Colombo Head of Communications & CSR ING Italia, spiegandoci che cos'è e come viene attuato il progetto che di recente è stato annoverato tra le migliori esperienze formative nell'ambito della sostenibilità.



ING, fondata nel 1991 in Olanda, è presente in Italia dal 2001, anno in cui fu lanciato il conto di deposito Conto Arancio. Oggi ING è tra le prime banche online del nostro Paese per numero di clienti, sono circa 1.200.000, e vanta un volume di attività di oltre 21 miliardi di euro.

L'impegno sostenibile di ING è distribuito in tutti i campi d'azione – come dimostra la frase che ne indica la mission «Sostenibilità al centro di quello che facciamo» –: finanziario, economico, innovazione, governance, gender equality, diversità, ambiente e garanzia dei diritti. Dal punto di vista della sostenibilità, fiore all'occhiello di ING Italia è "Job Digital Lab", progetto di formazione nato nel 2020 e quindi giunto alla sua terza edizione, che lo scorso 10 novembre è stato riconosciuto tra i migliori progetti di CSR e sostenibilità nella categoria "Finance" dei Sustainability Awards di LC Publishing Group.

Ne parliamo con Silvia Colombo, Head of Communications & CSR ING Italia.

Com'è nata l'idea di creare Job Digital Lab?

«È nata da un cambio d'approccio che ING ha voluto attuare a livello globale per quella che nel Gruppo viene chiamata *Community Investment*, terminologia che ci piace molto perché spiega bene il concetto di investire sulla comunità, cioè sul contesto sociale e socio-economico in cui si è inseriti. Il passo che il Gruppo ha voluto fare è stato quello di dare un maggior rilievo alle realtà locali, là dove ING è presente, nella convinzione che nel percepito delle persone l'azienda che investe in qualcosa "che è vicino" gratifica di più e favorisce la nascita di un rapporto che può diventare duraturo nel tempo e ricco di soddisfazione per tutti i soggetti coinvolti».

L'idea è stata dunque quella di offrire competenze digitali a chi ne ha bisogno. Come siete arrivati a questa scelta?

«È un'idea già insita nel motto



Silvia Colombo, Head of Communications & CSR ING Italia

del Gruppo, che è "Empowering people to stay a step ahead in life and in business", dare cioè strumenti alle persone per stare un passo avanti nella vita e nel lavoro. Quella delle *digital skill* è un'esigenza dei nostri tempi e che in Italia è oltretutto molto reale e sentita. Non abbiamo scelto o imposto noi il progetto: abbiamo iniziato a fare uno *scouting* con varie realtà – ONG, Terzo settore, organizzazioni che potevano fornire iniziative di questo tipo – e alla fine abbia-

mo scelto il progetto che più ci ha convinto, quello proposto da Fondazione Mondo Digitale».

Qual è il target di riferimento di Job Digital Lab?

«Ci rivolgiamo a target molto differenziati tra loro. Il progetto parla in primo luogo ai NEET, cioè ai giovani che non stanno né studiando né lavorando e alle donne, che rappresentano il 70% delle partecipazioni. Ma, in generale, si rivolge a chi non ha un lavoro, a chi ce l'ha ma vuole acquisire competenze più specifiche, a piccoli imprenditori desiderosi di accrescere le proprie conoscenze in ambito digitale. Alle prime due edizioni hanno partecipato, ad esempio, numerose donne con piccole idee imprenditoriali, che non sapevano bene come muoversi per cui sono state affiancate in un percorso di sistematizzazione della loro idea iniziale o nella stesura di un piano di investimento. Hanno avuto, in pratica, la possibilità di capire come piccole realtà imprenditoriali del territorio possano beneficiare, oggi, dell'ausilio dei preziosi

Quella delle digital skill è un'esigenza dei nostri tempi e che in Italia è oltretutto molto reale e sentita



IL PROGRAMMA DI FORMAZIONE REALIZZATO DA ING ITALIA

Job Digital Lab, muoversi meglio nel mercato del lavoro

Job Digital Lab è il programma di formazione realizzato da ING Italia per sviluppare e potenziare le competenze digitali. L'iniziativa è la risposta italiana all'ambizione del Gruppo ING di creare un'economia più inclusiva per 3 milioni di persone entro il 2025.

Nasce nel 2020 durante la pandemia dall'ascolto delle necessità del territorio italiano, per andare incontro alle esigenze di skill mismatch e per migliorare le skill digitali. In Italia, infatti:

- solo il 42% di cittadini di età compresa tra i 16 e 74 anni possiede competenze digitali di base, rispetto alla media europea del 56%
- solo il 7,2% degli adulti di età compresa tra 25 e 64 anni partecipa ad attività di formazione, contro il 9,2% della media europea
- per quanto riguarda lo skill mismatch, 10 milioni di lavoratori sono considerati "mismatched", ovvero carenti delle competenze necessarie richieste dal mercato del lavoro
- il divario di genere nella distribuzione della ricchezza è aumentato del 4% con la pandemia.

Nelle prime due edizioni del progetto è emerso che la percentuale più alta di partecipanti ai corsi corrisponde a persone con un lavoro in cerca di riqualificazione attraverso lo sviluppo di nuove competenze digitali (62% occupati e trainees; 20% studenti universitari; 17% disoccupati). Job Digital Lab rappresenta il primo passo per raggiungere i propri obiettivi e per avere libertà di scelta nel perseguire i propri sogni, progetti e aspirazioni.



Il programma offre ai partecipanti corsi di formazione per potenziare le proprie competenze digitali e aiutarli a muoversi più facilmente nel mercato del lavoro. È organizzato insieme a Fondazione Mondo Digitale, organizzazione non-profit con sede a Roma e in due edizioni ha visto 101 sessioni di formazione e 120 ore di training, 11mila persone formate, di cui 7mila donne in cerca di lavoro o di riqualificazione professionale.

Con la terza edizione, ING Italia e Fondazione Mondo Digitale hanno messo a punto un programma ancora più ambizioso: da ottobre 2022 a giugno 2023, Job Digital Lab presenta un'offerta formativa personalizzata sempre più legata ai bisogni delle persone e dei territori con l'obiettivo di offrire risorse e strumenti innovativi per una crescita sostenibile, personale e di comunità. Il progetto mira a coinvolge-

re nella formazione altre 8mila persone, facendo rete con esperti, aziende, associazioni di categoria, amministrazioni locali, organizzazioni pubbliche e private, centri per l'orientamento e l'impiego.

«Fondazione Mondo Digitale per il terzo anno consecutivo mette a disposizione la propria professionalità per il programma Job Digital Lab – ha dichiarato **Mirta Michilli** (nella foto), Direttrice Generale della Fondazione -. Quest'anno vogliamo ampliare ancora di più il nostro raggio d'azione, per raggiungere più persone possibili e offrire loro una formazione a prova di futuro. Una grande squadra, disponibile tutto l'anno, per accompagnare chiunque ad acquisire non solo competenze digitali, ma anche quelle trasversali e funzionali. Perché più istruzione vuol dire maggiore libertà e possibilità di inclusione».



strumenti messi a disposizione dal mondo digitale».

Non vi rivolgete, dunque, solo alle persone disoccupate...

«Non solo a loro. È fuori di dubbio che il primo obiettivo di Job Digital Lab sia stato quello di fornire strumenti, soprattutto durante e dopo la pandemia del 2020, a chi aveva perso il posto di lavoro. Poi in realtà il progetto si è evoluto e al di là di quello specifico bisogno abbiamo deciso di "allargarne" la portata in considerazione del fatto che i dati relativi alla digitalizzazione italiana, così come quelli della formazione professionale, ci vedono in classifica ben indietro rispetto alla media europea. Per questo abbiamo deciso di modificare il pay off del progetto, che inizialmente era: "La formazione che ti rimette in gioco", trasformandolo in "La formazione che ti mette in gioco».

Come sono organizzati gli incontri che fanno da supporto al progetto di formazione?

«Si tratta di singoli incontri gratuiti della durata di circa 2 ore in cui vengono trattate tematiche diverse: dal digital marketing all'e-commerce, da come ripensare le realtà imprenditoriali attraverso i nuovi media a come costruire un'identità di brand per riuscire a valorizzare un servizio. Sono incontri che possiamo definire di alfabetizzazione digitale, che hanno il fine di fornire una struttura di base che possa servire a far capire come orientarsi in questo mondo. Gli incontri sono organizzati sul territorio e – in attuazione della nostra volontà di creare network tra le varie realtà interessate – prevedono la partecipazione di realtà imprenditoriali locali di successo, chiamate ad affiancare i formatori nel racconto di ciò che succede nei vari settori. A tutto questo abbiamo aggiunto, dallo scorso anno, una formazione effettuata con brevi video della durata di 5 minuti che sono reperibili su Instagram e sul sito della Formazione Mondo Digitale. È uno strumento che ci

LA STORIA DI ARIANNA PALAZZINI

Adottasi, adotta un olivo

Arianna, 25enne di Arezzo che non si è voluta rassegnare all'idea di dover vendere i 1.300 olivi di famiglia. Ha deciso perciò di sfruttare la sua competenza nel *digital marketing*, sviluppata anche grazie ai corsi di formazione di Job Digital Lab, per dare un nuovo volto all'attività e salvarla. Con l'aiuto del padre Massimo ha creato una piattaforma che ha dato a chiunque la possibilità di "adottare" digitalmente un olivo, sostenendo così il lavoro dell'agricoltore. Con una piccola quota annuale l'utente riceve vari servizi e può anche "visitare" la sua pianta e il frantoio, partecipando alla raccolta delle olive. Un'idea di successo che, grazie anche all'utilizzo dei social network, ha portato alla creazione di collaborazioni con le strutture ricettive locali ed è arrivata oltre i confini italiani.



permette di raggiungere un target ancora più ampio e numeroso».

In definitiva, quale obiettivo si pone ING con l'attuazione di questo progetto di formazione?

«L'obiettivo di Gruppo è quello di creare un'economia più inclusiva attraverso lo sviluppo di competenze digitali, che riteniamo

**Con Job Digital Lab
vogliamo aiutare
a creare un'economia
più inclusiva
attraverso lo sviluppo
di competenze digitali**



mo essere sempre più utili per la trasformazione economica e sociale che è in atto. Un intervento che vogliamo fare mantenendoci il più possibile vicini alle realtà locali, anche coinvolgendo chi lavora in ING che, su base volontaria, può dedicare parte del suo tempo nel raccontare la propria esperienza professionale o personale in relazione a tematiche definite volta per volta con i formatori. Non è un caso che ING abbia un obiettivo di questo genere: la nostra è un'azienda che, accreditandosi come banca digitale in momenti in cui non c'era niente di simile sul mercato, può senza dubbio essere inserita tra i pionieri del cambiamento di mentalità culturale che ha alla sua base la digitalizzazione. Ci è sembrato quindi del tutto normale concentrare le nostre azioni all'inssegna della sostenibilità sulla diffusione delle competenze digitali. Crediamo sia una scelta del tutto coerente con la nostra identità aziendale».