

MECCANICA E AUTOMATIVE

GM

A Torino parte l'academy aperta a studenti e rete fornitori

Il debutto è previsto per il 5 febbraio prossimo. Sono 18 i corsi che costituiscono il primo catalogo dell'Academy creata dal Global Propulsion Systems di General Motor a Torino. La presentazione ufficiale dell'iniziativa risale a ottobre scorso, davanti alla platea dei fornitori di Gm nell'area Emea - Europa, Nordafrica e Israele - e, il giorno dopo, nell'aula magna del Politecnico di Torino. Fornitori e studenti rappresentano i destinatari naturali della proposta formativa della nuova Academy torinese. «La nostra idea - spiega il responsabile Gian Piero Morone, che coordina un team di 12 persone provenienti da GM, dal Politecnico e dall'Anfia - è stata di mettere insieme i futuri ingegneri del settore automotive con il mondo produttivo e con la realtà GM per creare un network tra industria e formazione». L'accesso ai corsi - da uno a tre giorni - è libero per gli studenti anche dei primi anni di studio, dà diritto a crediti a fronte di un test finale.

L'iniziativa da un lato punta a qualificare la rete di fornitori attraverso percorsi formativi gestiti direttamente da dipendenti GM, dall'altro risponde ad una esigenza emergente di un modello

di didattica innovativa, sperimentale, strettamente collegata all'industria. Saranno proprio le nuove aule del Politecnico ad ospitare i corsi organizzati da GM e gestiti in collaborazione con l'Anfia, l'Associazione delle imprese della filiera automotive.

Tra i principali argomenti della proposta formativa, il tema della qualità, l'Engineering e il processo di Purchasing. Un anno di prova - lo descrive così Morone - collegato al secondo semestre dell'anno accademico 2019/2020 e pronto a riconfigurarsi l'anno prossimo a seconda delle esigenze della rete fornitori e degli studenti. Il primo corso che inizia a febbraio è riservato ai suppliers, insieme ad altre due proposte, nella stragrande maggioranza dei casi, dunque, i corsi sono aperti anche a studenti e dipendenti General Motors. «Il nostro obiettivo - spiega Morone - è guardare oltre confine e fare di Torino un centro della cultura automotive a livello europeo». Su 700 fornitori GM di primo livello, infatti, soltanto 80 sono italiani. «Abbiamo iniziato a lavorare su altri campi della mobilità - aggiunge Morone - e anche il parco fornitori sta cambiando, con aziende che arrivano da altri settori come quello dell'aeronautica per la componentistica elettronica, con sensori e radar che hanno una rilevanza centrale nelle auto connesse. L'idea di una Academy focalizzata sulla rete fornitori non è nuova per il Gruppo GM, che ha avviato una esperienza simile in Messico, due anni fa. La vera novità è rappresentata dall'apertura agli studenti.



Gian Piero Morone.
Responsabile dell'Academy del gruppo GM