

# Indice

<b>Premessa</b> di <i>Marco Vergeat</i>	pag. 11
<b>Prefazione</b> di <i>Giuseppe Molinari</i>	» 15
<b>Introduzione</b> di <i>Alberto F. De Toni, Gaetano Fausto Esposito, Mauro Meda</i>	» 17

## **Parte I** **Strategie e politiche di formazione:** **indagine sul campo su un campione di 4.000 imprese**

<b>1. La formazione nelle imprese familiari</b> di <i>Michela Bearzi, Marco Pini</i>	» 23
1. Introduzione, 23 – 2. La scelta di investire nella formazione, 24 – 3. Le tipologie di formazione, 28 – 4. Tipologia di formazione, sog- getti della formazione e canali di finanziamento, 30 – 5. Conclusioni, 37 – Riferimenti bibliografici, 40	
<b>2. Tipologie di formazione, soggetti formatori e canali di finanziamento</b> di <i>Michela Bearzi, Silvia Petrone</i>	» 42
1. Introduzione, 42 – 2. Territori, settori e dimensioni aziendali, 43 – 3. Età, genere e livello di istruzione degli imprenditori: le scelte forma- tive, 50 – 4. Lo stadio generazionale dell'azienda: le scelte forma- tive, 55 – 5. Conclusioni, 56 – Riferimenti bibliografici, 59	

- 3. Formazione manageriale, Duplice transizione e resilienza**  
 di *Silvia Petrone, Marco Pini* pag. 60  
 1. Introduzione, 60 – 2. La spinta della formazione manageriale alla Duplice transizione, 62 – 3. Formazione manageriale e resilienza produttiva, 67 – 4. Formazione manageriale dentro le imprese familiari, 69 – 5. Conclusioni, 71 – Riferimenti bibliografici, 72
- 4. Il ruolo del PNRR per la formazione nelle imprese**  
 di *Marco Pini* » 74  
 1. Introduzione, 74 – 2. La spinta del PNRR sulle scelte di investimento nella formazione delle imprese, 75 – 3. Conclusioni, 77 – Riferimenti bibliografici, 78 – Appendice, 78

## Parte II

### Strategie e politiche di formazione in 10 casi studio

- 1. Il framework di analisi dei casi studio**  
 di *Alberto F. De Toni, Maria Zifaro* » 87  
 1. Introduzione, 87 – 2. Storia dell'impresa, 88 – 3. Prodotti e servizi offerti al mercato, 88 – 4. Modello di business dell'azienda, 88 – 5. Politiche di formazione, 90 – 6. I casi studio analizzati, 91 – Riferimenti bibliografici, 92
- 2. Technowrapp: The Pallet Care People**  
 di *Alberto F. De Toni, Michela Bearzi* » 94  
 1. Storia dell'impresa, 94 – 2. Prodotti e servizi offerti al mercato, 96 – 3. Modello di business dell'azienda, 100 – 4. Politiche di formazione, 105 – 5. Conclusioni, 110
- 3. We.Do Holding & We Share la formazione manageriale per consolidare il percorso di crescita per acquisizioni**  
 di *Paolo Gubitta* » 111  
 1. Storia dell'impresa, 111 – 2. Prodotti e servizi offerti al mercato, 114 – 3. Modello di business dell'azienda, 116 – 4. Politiche di formazione, 121 – 5. Conclusioni, 125
- 4. Sea Marconi: idea e innovazione per l'energia e l'ambiente**  
 di *Michela Bearzi, Daniel Pittino* » 126  
 1. Storia dell'impresa, 126 – 2. Prodotti e servizi offerti al mercato, 129 – 3. Modello di business dell'azienda, 134 – 4. Politiche di formazione, 138 – 5. Conclusioni, 142

- 5. Agrumaria Corleone: quattro generazioni tra storia e innovazione**  
 di *Salvatore Tomaselli* pag. 143  
 1. Storia dell'impresa, 143 – 2. Prodotti e servizi offerti al mercato, 146 – 3. Modello di business dell'azienda, 147 – 4. Politiche di formazione, 156 – 5. Conclusioni, 160
- 6. Il caso Lube**  
 di *Mauro Meda, Maria Zifaro* » 161  
 1. Storia dell'impresa, 161 – 2. Prodotti e servizi offerti al mercato, 165 – 3. Modello di business dell'azienda, 165 – 4. Politiche di formazione, 173 – 5. Conclusioni, 175 – Riferimenti bibliografici, 176
- 7. Il caso Loccioni**  
 di *Mauro Meda, Maria Zifaro* » 177  
 1. Storia dell'impresa, 177 – 2. Prodotti e servizi offerti al mercato, 180 – 3. Modello di business dell'impresa, 182 – 4. Politiche di formazione, 191 – 5. Conclusioni, 198 – Bibliografia di riferimento, 199
- 8. Il caso RFC Rettifica Corghi**  
 di *Mauro Meda, Maria Zifaro* » 200  
 1. Storia dell'impresa, 200 – 2. Prodotti e servizi offerti al mercato, 205 – 3. Modello di business dell'azienda, 205 – 4. Politiche di formazione, 211 – 5. Conclusioni, 217 – Bibliografia di riferimento, 219
- 9. FAMAR Abbigliamento**  
 di *Debora Giannini* » 220  
 1. Storia dell'impresa, 220 – 2. Prodotti e servizi, 222 – 3. Modello di business, 223 – 4. Politiche di formazione, 228 – 5. Conclusioni, 231
- 10. GRADED S.p.A.**  
 di *Debora Giannini* » 234  
 1. Storia dell'impresa, 234 – 2. Servizi offerti, 235 – 3. Modello di business, 237 – 4. Politiche di formazione, 246 – 5. Conclusioni, 250
- 11. Yamamay (Inticom S.p.A.)**  
 di *Debora Giannini* » 252  
 1. Storia dell'impresa, 252 – 2. Prodotti e processi produttivi, 254 – 3. Modello di business, 255 – 4. Politiche di formazione, 262 – 5. Conclusioni, 268

## **12. Analisi comparata dei casi studio**

di *Alberto Felice De Toni, Michela Bearzi,  
Debora Giannini e Maria Zifaro*

pag. 270

1. Introduzione, 270 – 2. Le categorie di building block nei 10 casi studio, 270 – 3. Il modello di business delle aziende e i building block fondamentali, 271 – 4. Il modello di business delle aziende e i building block caratteristici, 275 – 5. Gli obiettivi, i destinatari e l'intensità della formazione, 276 – 6. Le attività, i metodi educativi e la tipologia di docenza, 278 – 7. La struttura educativa adottata e le collaborazioni, 279 – 8. Canali di finanziamento, 284 – 9. L'impatto della formazione sulle motivazioni e sul coinvolgimento delle persone, sullo sviluppo dell'impresa e sullo sviluppo delle relazioni territoriali, 284 – 10. Conclusioni, 287

### **Parte III**

#### **Lezioni imparate sul campo**

##### **1. Lezioni imparate sul campo: analisi empirica sulle imprese**

di *Marco Pini*

» 291

##### **2. Lezioni imparate sul campo: casi studio**

di *Alberto Felice De Toni, Michela Bearzi,  
Debora Giannini, Maria Zifaro*

» 295

##### **Postfazione**

di *Federico Visentin*

» 307

##### **Ringraziamenti**

» 309

##### **Autori e curatori**

» 311

##### **Elenco delle figure**

» 315

##### **Elenco delle tabelle**

» 321