

Alta formazione Premi ai protagonisti della Big Academy

Il progetto promosso da Aics con la Fondazione CR Firenze Concluso con una cerimonia il primo anno di lezioni

FIRENZE Consegnati ieri pomeriggio, nel corso di una cerimonia organizzata nell' Aula Magna del Rettorato, i diplomi ai partecipanti della prima edizione di Big Academy, il progetto di alta formazione promosso da Acsi - Associazione per la cultura e lo sviluppo industriale con il sostegno della Fondazione CR Firenze. Il progetto formativo, lanciato nel 2020, è rivolto a manager ed aspiranti tali che vogliono ampliare o perfezionare le proprie competenze professionali.

A consegnare i riconoscimenti sono stati i rappresentanti delle nove realtà che compongono l' Associazione: Baker Hughes, **El.En Group**, KME, Leonardo, Thales, Enegan, Sime, Sirio Solutions Engineering, e l' Università.

L' evento ha segnato la conclusione del primo anno di lezioni, alle quali hanno preso parte 18 giovani professionisti e 4 giovani professioniste, guidati da un team specializzato di docenti provenienti dal mondo universitario e top manager di alcune delle più importanti aziende internazionali che operano sul territorio. Dalla scorsa settimana, inoltre, ha preso ufficialmente il via il Corso Big 2022, che quest' anno ha aperto la partecipazione anche a manager provenienti da nuove regioni (Lombardia, Liguria ed Umbria) e da nuovi settori quali farmaceutica, moda e cooperative di servizi.

«Fondazione CR Firenze - ha dichiarato il suo Presidente Luigi Salvadori - ha creduto in Big Academy fin dal primo momento perché valorizza il lavoro, la competenza, il capitale umano in una visione europea come oggi è assolutamente necessario.

È un progetto formativo primo del suo genere in Italia che dovrebbe diventare un modello da estendere e da esportare e che si inserisce benissimo nel percorso, auspicato dal nostro sindaco Nardella, di fare di Firenze la capitale dell' Alta Formazione.

La nostra Fondazione si sta impegnando da tempo in un ambizioso progetto che va in questa direzione, valorizzando il brand Firenze che la pandemia non ha minimamente appannato».

