

Giacomo Finotto, il modello di Accademia Symposium: “Un ponte che parla la stessa lingua delle imprese”

scritto da Emanuele Fiorio | 31 Marzo 2026



Qual è la scintilla che rende un diplomato irresistibile per le aziende? Giacomo Finotto, Direttore Corsi ITS di Accademia Symposium, spiega perché oggi “la capacità d’analisi” conti quanto la competenza tecnica. Un viaggio concreto nel dietro le quinte di un’Accademia che non vende diplomi, ma costruisce carriere solide basate su networking, problem solving e una formazione co-progettata con i grandi nomi del settore.

Esiste uno spazio fecondo, sospeso tra la teoria accademica e la pratica esecutiva, dove il saper fare diventa pensiero critico e la tradizione agricola si sposa con l’analisi dei

dati. È in questo perimetro che si muove [Accademia Symposium](#), una realtà che ha saputo trasformare il concetto di ITS in un vero e proprio “nuovo umanesimo tecnico”. In questa conversazione, **Giacomo Finotto, Direttore Corsi ITS**, ci conduce nel cuore di un modello educativo nato in Franciacorta ma proiettato verso i mercati internazionali.

L'Accademia si rivela un osservatorio privilegiato sul potenziale e sul talento dei giovani d'oggi, offrendo loro **non solo competenze tecniche d'eccellenza, ma una bussola per orientarsi** in un mondo che richiede, simultaneamente, umiltà e spirito d'innovazione.

Spesso si parla di ITS come di una “scelta pratica”, quasi in contrapposizione all'università. Tuttavia, Accademia Symposium sembra proporre una terza via: un “nuovo umanesimo tecnico”. Come riuscite a bilanciare la manualità e la concretezza con la complessità del pensiero manageriale?

Sì, hai colto esattamente il punto: la nostra missione è fondere queste due anime. L'[ITS](#) di Accademia Symposium nasce per sua natura come un percorso professionalizzante, dove l'obiettivo primario è che lo studente, al termine del percorso, sappia “stare” in azienda e **sappia fare**. Tuttavia, anche nei settori dell'agroalimentare, dell'ospitalità e del turismo, le figure che mancano davvero sono quelle dotate di **pensiero critico e strategico**.

Accademia Symposium si colloca esattamente in questo spazio: fornire gli strumenti tecnici per essere operativi dal “giorno zero”, ma garantire al contempo quella capacità **di pensiero** e visione che **permetta ai ragazzi di non essere meri esecutori**,

ma i futuri manager di cui le imprese hanno bisogno. Questo equilibrio nasce da un mix unico: ore in azienda e lezioni in aula tenute da **professionisti del settore** che portano l'esperienza reale, non solo la teoria. È il metodo tipico della formazione ITS, che noi abbiamo sposato e ottimizzato.

Lavoriamo con classi di circa 25 allievi per mantenere un approccio estremamente personalizzato. **Su 2000 ore di corso, la metà si svolge in azienda in stage**; in questo contesto, il nostro tutoraggio è fondamentale. Ogni studente ha un percorso dedicato e **un tutor con cui confrontarsi** non solo sugli aspetti tecnici, ma anche sulla crescita personale e motivazionale. Il focus resta sempre sulla valorizzazione del singolo ragazzo e sulla sua capacità di integrarsi in una specifica cultura aziendale.

Il legame con la Franciacorta è viscerale. In che modo l'Accademia funge da “ponte” attivo per le aziende del territorio e quanto la specificità di questo distretto vitivinicolo ha plasmato l'offerta formativa?

Il legame con il territorio è profondo. Accademia Symposium è nata in Franciacorta, espandendosi poi immediatamente con collaborazioni in tutta Italia, ma il primo corso è stato creato seguendo un'esplicita sollecitazione delle aziende locali che faticavano a trovare giovani preparati in ambito enoturistico. La nostra offerta formativa non è calata dall'alto: **è co-progettata sedendo ai tavoli con i consorzi e gli imprenditori.**

Chiediamo loro: “di cosa avete bisogno? Che necessità vedete in prospettiva futura?”. Su queste risposte costruiamo i nostri moduli didattici, in costante dialogo con il mondo aziendale. **L'Accademia è un ponte perché parla la stessa**

lingua delle imprese. Gli studenti vedono applicato in cantina ciò che studiano il giorno prima, mentre le aziende percepiscono l'accademia come un serbatoio di nuova linfa e idee innovative.

Spesso le aziende partecipano direttamente alla docenza. Qual è il valore aggiunto di avere un imprenditore o uno specialista in cattedra invece di un accademico puro?

Il valore aggiunto risiede nell'**attualità e nella concretezza**. Un accademico ha spesso una visione teorica che fatica a scontrarsi con la realtà di un'azienda che deve gestire il personale, far quadrare i conti o affrontare cambiamenti climatici improvvisi.

Avere un professionista in aula significa ascoltare chi ha risolto un problema reale il giorno precedente. Non usano solo slide, ma portano **campioni di prodotto, testimonianze e casi studio di gestione crisi**. Per i ragazzi questo è impagabile: la conoscenza diventa uno strumento di lavoro tangibile. Inoltre, si innesca da subito un processo di **networking strategico** che facilita enormemente l'ingresso nel mondo del lavoro.

Leggendo i dati, l'occupabilità dei vostri diplomati è altissima. Al di là delle competenze tecniche (hard skills), qual è quella "scintilla" o attitudine caratteriale che le aziende oggi vi chiedono di coltivare nei vostri ragazzi?

Questa è la sfida più grande. Le aziende ci dicono spesso: "La tecnica possiamo insegnarla anche noi, ma voi insegnate loro

a **“stare al mondo”**. Richiedono soft skills come la curiosità, l'affidabilità, la puntualità, la capacità di lavorare in team e, soprattutto, **l'umiltà di imparare**.

Cerchiamo di coltivare queste attitudini attraverso lavori di gruppo e responsabilità concrete. Insegniamo che il settore agroalimentare richiede **sacrificio e passione**, e che non sempre esistono orari fissi.

Diciamo sempre ai ragazzi che il diploma è solo l'inizio di un percorso di **formazione continua**. In un mondo dove tecnologie, mercati e abitudini di consumo cambiano repentinamente, **la flessibilità mentale è l'unica garanzia di sopravvivenza professionale**. L'apprendimento permanente è un pilastro del nostro metodo: molti dei nostri diplomati tornano in Accademia per specializzarsi ulteriormente, mantenendo vivo un network di confronto costante.

Il mercato globale guarda all'Italia con ammirazione, ma anche con occhio critico sulla nostra capacità di fare sistema. In che modo l'Accademia prepara i ragazzi a competere a livello internazionale, senza perdere l'identità locale?

Identità locale e visione globale non sono in contrapposizione, ma si alimentano a vicenda. Puntiamo molto **sull'apprendimento tecnico delle lingue straniere e sulla comprensione delle dinamiche dei mercati esteri**. Grazie a [progetti Erasmus+](#) e alla partecipazione a fiere di settore come Vinitaly, a corsi tenuti da docenti internazionali, a viaggi studio svolti all'estero, spingiamo i ragazzi a confrontarsi con le *best practice* mondiali. L'idea è: “Vai in Borgogna o in California, impara come lavorano, e poi torna qui per innovare il tuo territorio”. Le aziende apprezzano chi sa dialogare con un importatore giapponese mantenendo però le

radici ben piantate nella propria terra. Inoltre le esperienze all'estero formano gli allievi in modo unico dal punto di vista caratteriale.

Il concetto di “learning by doing” (teorizzato dal filosofo e pedagogista John Dewey) è il vostro mantra: l'apprendimento non deriva solo dai libri, ma dall'esperienza pratica e dall'azione. C'è un progetto o una sfida pratica affrontata dai ragazzi che l'ha colpita particolarmente per originalità o complessità?

Sicuramente l'esperienza che i ragazzi vivono nel [laboratorio di microvinificazione](#) è quella che incarna meglio questo approccio. Questa struttura, inaugurata nell'ottobre 2024 in collaborazione con il Consorzio Franciacorta, rappresenta il nostro **“fiore all'occhiello”**. Si tratta di un centro all'avanguardia per la formazione tecnica degli studenti e per la ricerca enologica che permette di simulare l'intero processo produttivo con tecnologie professionali, seppur in scala ridotta.

I ragazzi, a piccoli gruppi, seguono tutto il processo: raccolta delle uve, pressatura, preparazione dei lieviti, monitoraggio della fermentazione, imbottigliamento e analisi organolettica e chimica del vino prodotto. Se qualcosa va storto, devono capire il perché e trovare le soluzioni tecniche adeguate. Il tutto guidato da un enologo, prestato come docente del corso, che abbina la parte pratica a quella teorica di aula, per capire i processi che avvengono anche dal punto di vista didattico. È un circolo virtuoso che permette di consolidare le competenze in modo molto efficace: **la teoria si fonde con la pratica e diventa competenza indelebile.**

Siete stati definiti una “buona pratica” nel panorama nazionale. Quali sono, secondo lei, gli errori più comuni che il sistema scolastico tradizionale commette nel divulgare le professioni legate al settore Food&Wine ai giovani?

L'errore principale è nella **narrazione**. Spesso si oscilla tra una visione troppo romantica e bucolica dell'agricoltura e della viticoltura – che non corrisponde alla realtà di un lavoro faticoso e tecnico – e una visione puramente burocratica che spegne ogni entusiasmo. E soprattutto, per molte ragioni, è difficile trovare scuole che realmente diano opportunità di esperienze sul campo agli allievi.

La scuola tradizionale fatica a trasmettere che dietro una bottiglia di olio extravergine o un calice di vino c'è un'industria complessa fatta di logistica, marketing, chimica e tecnologia. L'opportunità di entrare da protagonisti come tecnici specializzati in questi settori non deve essere vista come “piano B” per chi non vuole studiare, ma come potenziale strada di carriera di alto livello che richiede competenze sofisticate. **Dobbiamo smettere di considerare il lavoro tecnico come qualcosa di “serie B”.**

La digitalizzazione sta trasformando anche la terra e l'enogastronomia. Come entrano l'intelligenza artificiale e le nuove tecnologie nei programmi di un'accademia che affonda le mani nella terra e nella tradizione?

Ascoltiamo la terra attraverso i dati. Per esempio, integriamo software basati anche su **Intelligenza Artificiale** per

ottimizzare il controllo di gestione aziendale. L'IA non sostituisce l'uomo nel produrre il vino, ma lo aiuta a decidere meglio.

Dalla lettura di mappe satellitari all'analisi del *sentiment* dei clienti sui social per il marketing, i nostri ragazzi devono essere digitalmente alfabetizzati. **Coinvolgiamo esperti di *agritech* affinché gli studenti imparino a governare la tecnologia senza averne paura.** è necessario oggi sapere integrare competenze di campo e digitali, per aspetti gestionali e strategici sempre più richiesti sia dalle imprese che dagli enti di controllo.

La sostenibilità in Accademia non sembra essere una moda, ma una materia di studio. Come si insegna a un futuro manager della ristorazione o del settore vino a gestire gli sprechi e a valorizzare la biodiversità in modo che sia anche economicamente profittevole?

La sostenibilità è un triangolo: ambientale, sociale ed economico. Se manca un lato, il sistema crolla. In Accademia Symposium insegniamo che non è un costo, ma un **investimento strategico**. Studiamo la viticoltura biologica e la gestione energetica, ma spieghiamo anche come comunicare questi valori al mercato. **Il consumatore è disposto a pagare di più se percepisce un valore etico, ma il manager deve saper fare i conti:** la sostenibilità economica non è una opzione, ma una necessità. Mostriamo ai ragazzi aziende di successo che hanno fatto della sostenibilità il proprio modello di business.

Nel suo ruolo di Direttore, lei entra in

contatto con centinaia di ragazzi e con le loro aspirazioni. Quali sono le paure e le incertezze più grandi che riscontra nei giovani d'oggi e come Accademia Symposium aiuta a trasformarle in ambizione?

La generazione dei nostri attuali allievi, come da sempre accade, viene in parte stigmatizzata in valutazioni non sempre veritiere. Devo dire che in questi anni ho incontrato tanti ragazzi eccellenti, altri certamente che vivevano difficoltà spesso dovute a storie di carattere personali. Ma tutti i nostri allievi hanno scelto di frequentare l'Accademia, hanno fatto un test e certamente hanno una motivazione che li ha spinti ad investire due anni in formazione non obbligatoria.

Per noi la sfida è quella di sostenerli in questa loro intuizione. Ciò che in Accademia cerchiamo di fare per aiutarli ad emergere è sollecitarli a giocare la propria passione. **Il metodo è essenzialmente quello di esporli ad incontri, lezioni, docenti, visite didattiche che possano accendere in loro il desiderio di fare un passo in avanti, scoprendo qualcosa di più di ciò che sono chiamati a fare da adulti. E al contempo offrire un ambiente di studio e crescita fatto di relazioni personali** con chi in Accademia lavora quotidianamente: ambiti di rapporto che possano aiutare a giudicare quello che vedono e valutare quale strada intraprendere.

Punti chiave:

1. Integrazione tra **manualità operativa e pensiero strategico** per formare figure capaci di analisi oltre la

mera esecuzione tecnica.

2. Modello didattico **co-progettato con le aziende** della Franciacorta per rispondere in tempo reale alle reali necessità occupazionali del mercato.
3. Centralità delle **soft skills** come curiosità e dedizione, considerate dalle imprese tanto cruciali quanto le competenze tecniche (hard skills).
4. Utilizzo di **tecnologie digitali e intelligenza artificiale** per monitorare e ottimizzare la gestione aziendale senza perdere l'identità tradizionale.
5. Approccio fondato sul **"learning by doing"**, dove l'esperienza pratica e la gestione consapevole dell'errore accelerano la maturazione professionale degli studenti.