

Un percorso digitale inclusivo che unisce video-learning, gamification e podcast per sviluppare competenze sull'innovazione e coinvolgere tutta la popolazione aziendale.

AstraZeneca reinventa la formazione digitale con Re-Think

Andrea Riccardi, Training manager AstraZeneca: "Abbiamo messo le persone al centro e valorizzato le competenze interne. I colleghi sono diventati ambasciatori dell'innovazione, trasformando la conoscenza individuale in crescita collettiva".

L'azienda

AstraZeneca è un'azienda biofarmaceutica globale impegnata nella ricerca, nello sviluppo e nella commercializzazione di farmaci etici. L'azienda si concentra sulla ricerca e punta a essere leader in diverse aree terapeutiche: oncologia, malattie rare, cardiovascolare, metabolico e renale, respiratorio e immunologico, infettivologia.

La storia di AstraZeneca inizia nell'aprile del 1999 con la fusione di due realtà farmaceutiche d'eccellenza: Astra AB e Zeneca Group. Questa unione di energie e di talenti ha dato origine a un viaggio costellato di successi scientifici, con la creazione di farmaci che hanno fatto la differenza per milioni di persone.

In Italia AstraZeneca conta oltre 1300 dipendenti e ha investito 59 milioni di euro in Ricerca e Sviluppo nel 2023, con più di 190 studi clinici attivi in oltre 600 centri su tutto il territorio nazionale.

Un progetto per costruire una nuova cultura dell'innovazione

Re-Think nasce dall'esigenza di AstraZeneca Italia di accompagnare tutta la popolazione aziendale verso una maggiore consapevolezza delle opportunità offerte dall'innovazione digitale. In un contesto caratterizzato da una rapida evoluzione tecnologica, con particolare riferimento all'intelligenza artificiale, ai dati e ai nuovi strumenti digitali, l'azienda ha individuato la necessità di creare un percorso capace di ridurre le differenze di conoscenza e favorire un approccio più aperto al cambiamento.

Il progetto è stato sviluppato per superare il modello tradizionale della formazione corporate, spesso percepito come distante e poco coinvolgente, trasformando invece l'apprendimento in

un'esperienza continua, accessibile e partecipativa. Realizzato in partnership con l'azienda DD Company attraverso la piattaforma Tentacle, Re-Think è diventato un vero ecosistema interno dedicato all'innovazione: una "piazza digitale" dove trovare contenuti, confrontarsi con colleghi esperti e sviluppare nuove competenze.

Fin dal lancio, l'iniziativa ha puntato sul coinvolgimento diretto di tutte le persone di AstraZeneca, valorizzando il patrimonio di conoscenze presenti nell'organizzazione. Gli Expertise Contributors interni sono diventati protagonisti nella produzione dei contenuti, raccontando strumenti, metodologie ed esperienze attraverso il proprio punto di vista. Una scelta che ha reso l'innovazione più vicina, concreta e riconoscibile per tutta la comunità aziendale.

La piattaforma ispirata all'intrattenimento digitale: podcast, community e gamification

Il funzionamento di Re-Think si basa su un modello di apprendimento on-demand, pensato per adattarsi ai diversi momenti della giornata lavorativa. La piattaforma Tentacle è stata personalizzata con il brand Re-Think e progettata secondo logiche simili ai servizi digitali utilizzati quotidianamente dalle persone, con contenuti organizzati in categorie, percorsi e formati differenti.

Video, podcast, storytelling interattivi e pillole formative permettono agli utenti di scegliere modalità e tempi di fruizione più adatti alle proprie esigenze. Un approccio particolarmente efficace per la popolazione field, composta da numerosi professionisti che lavorano sul territorio e che possono accedere ai contenuti anche in mobilità attraverso formati audio e brevi momenti di apprendimento.

Un elemento distintivo del progetto è la combinazione tra contenuti esterni, caratterizzati da un solido impianto metodologico e scientifico, e contributi sviluppati internamente dai colleghi. Attraverso questa logica di knowledge sharing, competenze e passioni individuali diventano patrimonio comune. La piattaforma è inoltre arricchita da meccanismi di gamification, con punti, classifiche, sfide e momenti speciali come le "Olimpiadi Re-Think", che hanno aumentato il coinvolgimento e stimolato la partecipazione attiva.

Dalla formazione alla cultura condivisa: il successo di Re-Think

A un anno dall'avvio, il progetto Re-Think conta oltre 1.200 utenti attivi su una popolazione di circa 1.350 persone, più di 500 pillole formative disponibili, oltre 19.000 accessi e migliaia di ore di fruizione complessiva. Numeri che testimoniano la capacità del modello di creare un'abitudine all'apprendimento continuo.

Il principale valore generato da Re-Think è il cambiamento culturale che ha saputo attivare all'interno dell'organizzazione. L'innovazione non viene più percepita come un tema riservato agli specialisti, ma come una competenza trasversale che riguarda ogni ruolo e ogni persona. La piattaforma ha contribuito a creare maggiore familiarità con strumenti digitali e intelligenza artificiale, favorendo un utilizzo più consapevole delle tecnologie disponibili.



Milano, 3 - 4 novembre 2026



Un risultato importante è stata la nascita di una vera community interna dell'innovazione. I colleghi non sono soltanto destinatari della formazione, ma diventano parte attiva del processo: condividono esperienze, chiedono supporto agli esperti interni e contribuiscono alla diffusione di nuove modalità di lavoro. Questo ha favorito un clima di collaborazione e curiosità, trasformando il cambiamento tecnologico in un'opportunità collettiva.

Il progetto guarda già al futuro, con un'evoluzione verso un utilizzo ancora più quotidiano della piattaforma: l'obiettivo è consolidare Re-Think come punto di riferimento permanente per rimanere aggiornati in un mondo digitale in continua trasformazione.