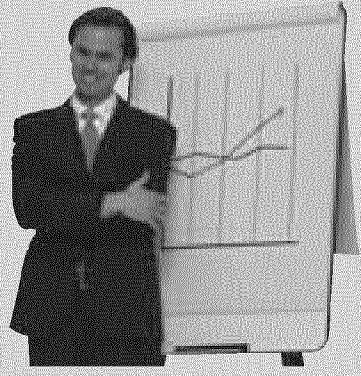


Formazione, ritornano gli investimenti? Nell'indagine dell'Osservatorio learning di Asfor vi sono significativi segnali di ripresa: le imprese pensano a più corsi, finanziati e di maggiore qualità a pag. 56



Il 67,6% delle imprese prevede di aumentare il ricorso alle iniziative finanziate di qualità

E l'azienda investe in formazione

Primi segnali di ripresa secondo l'Osservatorio dell'Asfor

DI LORENZO MORELLI

Le imprese tornano a investire in formazione. L'interesse è aumentato in modo significativo: nel 2009, il 67,3% delle aziende prevede di aumentare il ricorso alle attività di formazione finanziate come i fondi interprofessionali ed europei. Aumenta inoltre l'importanza di una formazione finanziata, ma di qualità. È quanto emerge dall'Osservatorio Learning di Asfor, Associazione italiana per la formazione manageriale, nata nel 1971 che conta oltre 60 soci e scuole nel campo della formazione.

Obiettivo dell'indagine è fotografare trend e idee nel mondo della formazione in Italia e in particolare mostrare l'impatto che la crisi economica ha sulla formazione coinvolgendo responsabili del personale, della formazione e di corporate university di 55 aziende ed enti della pubblica amministrazione, con un numero medio di 9.496 dipendenti. Sempre secondo i dati, il 48% delle aziende ha dichiarato che il budget per corsi e approfondimenti sarà invariato rispetto al 2008, mentre il 34% ha affermato che diminuirà.

Una piccola parte, il 17%, esigua ma significativa, ha invece ammesso la volontà di aumentare gli investimenti in formazione. Le previsioni per il 2010 segnalano che in prevalenza i budget sono invariati (71,2%) con segnali positivi (in aumento il 23,1%) e i cali generalizzati in diminuzione.

«Per far fronte alla crisi tre sono le principali risposte che il mondo della formazione delle imprese ha attuato», ha detto Luigi Pieraccioni, presidente di Asfor. «In primo luogo ci vuole maggiore attenzione verso l'utilizzo efficiente delle risorse: il 63,5% delle aziende ha ridotto le spese di viaggio dei partecipanti e dei docenti, mentre il 55,3% ha dato maggiore rilevanza alla qualità al minor costo nella scelta dei fornitori di formazione. La seconda manovra sta nel cambiamento dell'offerta formativa: il 73,1% delle aziende ha introdotto nuovi programmi coerenti con le nuove priorità aziendali (costi, efficienza, vendite) e oltre la metà delle imprese ha migliorato la selezione dei contenuti e dei partecipanti. Infine la rifocalizzazione delle attività: il 51,9% ha ri-orientato la formazione per ottenere il miglioramento dei risultati aziendali in modo più rapido e diretto (anche attraverso una maggiore personalizzazione dei programmi)».

La crisi sarà alle spalle quando cambierà la mentalità dell'offerta, quando i servizi proposti risponderanno alle vere esigenze delle imprese. «Negli ultimi anni probabilmente c'è stato un appiattimento dei prodotti, non si riusciva più a distinguere un progetto da un altro, una sorta di livellamento. Ora sapranno farsi apprezzare coloro che mettono sul piatto un'idea nuova, diversa, innovativa. Il futuro non assomiglierà al passato perché le regole sono cambiate, biso-

gna disegnare una nuova realtà. Le aziende chiedono ai fornitori di formazione: maggiore personalizzazione dell'offerta formativa in termini di progettazione e contenuti, attenzione ai costi rivolta alla ricerca di soluzioni più efficienti e capacità di reperire fonti di finanziamento; rilevanza all'innovazione nei contenuti e nelle metodologie; apertura all'internazionalizzazione».

Nei prossimi mesi le imprese si muoveranno lungo direttive precise che vedono la crescita delle risorse.

«Le reti di formatori interni composte da docenti part time, testimonial, addestratori, coach cresceranno perché le faculty interne sono necessarie per veicolare valori aziendali coerenti con le esigenze del business», ha detto il segretario generale di Asfor, Mauro Meda. «Nelle grandi aziende cresce la consapevolezza che per offrire una formazione veramente di valore bisogna sfruttare meccanismi di rete: si sviluppa così la collaborazione tra corporate university, faculty interne, centri di ricerca e school of management, società di consulenza. Nei prossimi tre anni diventeranno fondamentali finalità di integrazione delle competenze per supportare le strategie aziendali di cambiamento e di sviluppo di talenti e leadership. Per svolgere correttamente la propria funzione la formazione manageriale dovrebbe predisporre nuovi programmi coerenti con le emergenti priorità aziendali focalizzandosi sempre

più sui contenuti strategici. Infatti nessuna azienda intende rinunciare al ruolo strategico della formazione per la competitività. Perciò le risorse interne sono in larga parte integrate dai finanziamenti messi a disposizione dai fondi specializzati. Infine cresce

l'interesse verso i corsi executive Mba part-time, anche in lingua inglese, in linea con i modelli internazionali. Dall'osservatorio Asfor crescono, rispetto allo scorso anno, del 50% le manifestazioni di interesse da parte dei giovani manager che lavorano in

azienda e del 10%-15% le iscrizioni effettive. Naturalmente si scelgono i programmi e le business school più qualificate o in alternativa sono le aziende a realizzare corporate executive master per i propri collaboratori».

