

Più formazione per Pmi e PA

di LUIGI PIERACCIONI, vicepresidente Asfor e responsabile scientifico Ricerca formazione manageriale, e MAURO MEDA, segretario generale Asfor

Il Rapporto Asfor sulla formazione manageriale, arrivato nel 2004 alla terza edizione e realizzato con i dati forniti dagli associati, rappresenta lo strumento attraverso il quale segnalare le dinamiche che stanno alimentando l'azione delle più importanti scuole di management, corporate university e istituzioni formative italiane associate ad Asfor, che quotidianamente si confrontano con le richieste del sistema della domanda (pubblico e privato e degli individui), fornendo così una fotografia del settore e un'indicazione di trend.

Dalla prima edizione del 2002 all'odierna abbiamo ulteriormente sviluppato gli ambiti della ricerca, monitorando, oltre ai dati quantitativi, anche una serie di importanti elementi collegati ai processi di valutazione e allo sviluppo dell'e-learning, oltre ad aggiungere una ricerca su come i clienti della formazione ne valutano l'efficacia.

Asfor, ritenendo strategica la leva della conoscenza per sviluppare una formazione manageriale di qualità ed efficace, considera fondamentale consolidare un sistema che sia in

grado di monitorare, quasi in tempo reale, il mercato dell'offerta e le richieste della domanda. Conoscere, capire e interpretare le dinamiche del sistema formazione rappresenta per le istituzioni pubbliche e per i diversi attori/operatori un punto centrale per orientare, da un lato, con efficacia le rispettive politiche di indirizzo, le azioni e le strategie d'impresa; dall'altro, per fornire ai singoli/individui una chiave di lettura in merito a quale formazione scegliere. Pertanto, riteniamo importante creare con tutti gli attori istituzionali una "rete" per costruire un sistema in grado di dialogare – collegando sempre più i diversi centri di ricerca – finalizzata a creare uno stretto legame fra le diverse realtà che svolgono la meritoria attività di studio e analisi dei dati sulla formazione in Italia.

In sintesi, le due ricerche realizzate da Asfor con il supporto dei soci e il diretto coinvolgimento dell'Istituto G. Tagliacarne – che ne ha elaborato i dati – si inseriscono in un percorso di miglioramento del sistema formativo.

CLAUDIO POLI, presidente Asfor

L'INDAGINE QUANTITATIVA SUI SOCI ASFOR

La ricerca coinvolge i "fornitori" della formazione associati all'Asfor, rappresentanti principali dell'offerta formativa in Italia. Il tasso di risposta per il campione costituito dai soci ha raggiunto quota 77,5%; l'indagine, quindi, è da considerarsi esaustiva per i soci che effettuano formazione manageriale. In termini di corsi, il target principale di riferimento è costituito dalle imprese, visto che ogni socio ha organizzato nel 2004 più di 200 corsi per questo canale (46,6% dei corsi complessivi). Gli altri target group risultano nettamen-

te distaccati: al secondo posto, infatti, c'è il cliente "corporate", con una quota pari al 21,5% del totale corsi e al terzo posto il target PA (20,7%), che forse sconta ancora difficoltà di riorganizzazione dopo il cambiamento del quadro normativo che regola l'espletamento dei bandi.

Anche in termini di partecipanti emerge il ruolo distintivo del target imprese, ma qui il gap appare però meno accentuato. Nel complesso, si registra un incremento di quasi 5 punti percentuali rispetto al 2003. Il fatturato complessivo dell'offerta formativa, calcolato su dati previsionali 2004, è pari a circa 347.171.000

euro. Tale elemento, se confrontato con il consuntivo del 2003 fornito dai soci che hanno partecipato all'indagine, indica una crescita del 3,6%. L'utilizzo delle tecnologie e-learning si sta diffondendo: ben il 66% dei soci utilizza una piattaforma e-learning, prevalentemente in licenza piuttosto che di proprietà.

Ogni ente intervistato, inoltre, ha installato in media nelle proprie strutture sei laboratori informatici, con 140 accessi a Internet. A ogni ente è stato chiesto, inoltre, se sono stati realizzati percorsi formativi manageriali in e-learning negli ultimi tre anni (2002-2004) e circa la metà

DOSSIER FORMAZIONE MANAGERIALE

del campione ha dichiarato di aver organizzato percorsi in e-learning in quel periodo.

Inoltre, per quanto riguarda il fatturato, se osserviamo soltanto gli enti che hanno fatto e-learning, notiamo che circa la metà indica che il fatturato dei percorsi formativi erogati con tale modalità rappresenta meno del 10% del fatturato complessivo dell'azienda nel 2003 e nel 2004, un dato che evidenzia ampi margini di incremento per le attività blended e-learning.

Gli enti formativi si stanno rafforzando sia singolarmente (il 70% circa svolge attività di ricerca e il 64% di essi è accreditato a livello regionale) sia in partnership. L'indagine conferma, infatti, l'attenzione dei soci Asfor a realizzare iniziative comuni con soggetti esterni, tanto che l'80% degli intervistati ha realizzato partnership stabili con le università italiane e un 63% circa con gli istituti pubblici. Negli anni 2003-2004, quattro soci su 10 hanno proposto e stipulato accordi con altri soci per la realizza-

zione di attività formative, di ricerca e di consulenza. Ciò si è tradotto nel fatto che ogni socio in media ha portato avanti sei iniziative e ha coinvolto circa quattro soci partecipanti.

Per quanto riguarda la modalità di acquisizione delle commesse, emerge la scelta dei soci di operare sul mercato in una logica di competizione. Risulta significativo, infatti, che il 38% circa delle attività è realizzato attraverso modalità di acquisizione a

Le aree tematiche più richieste per target group

Classifica	PA	Imprese	Giovani	Corporate
1°	Ammin.e controllo	Marketing	Marketing	Ammin.e controllo
2°	Ris. Umane	Ris. Umane	Ris. Umane	Marketing
3°	Marketing	Finanza	Ammin.e controllo	Ris. Umane
4°	Strategia	Strategia	Finanza	Finanza
5°	Finanza	Ammin.e controllo	Strategia	Strategia
6°	IT	Logistica	IT	Rel. Esterne

Fonte: Dati soci Asfor

“commessa diretta”, seguita a breve distanza dall'acquisizione a “catalogo” con il 35%.

La faculty complessiva si è mantenuta stabile, raggiungendo quota 6.425 (+0,5%), con prevalenza di coloro che appartengono al mondo aziendale (consulenti e docenti di matrice aziendale), con una presenza significativa di docenti universitari. Tale

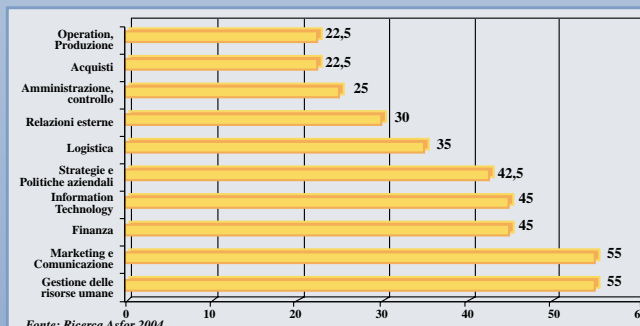
Marketing, seguito dalle Risorse umane e dalla Finanza. Invece, per la PA la graduatoria dei temi più richiesti pone ai primi posti il Controllo di gestione e le Risorse umane.

Per quanto riguarda il segmento “giovani laureati”, nel corso del 2004 continua il trend positivo dei master accreditati, che ha raggiunto quota 28. Il 47% degli intervistati dichiara

di svolgere attività di placement, mentre il resto si divide tra chi non svolge nessuna di queste attività e chi non ha risposto. Osservando soltanto gli enti che svolgono attività di placement, si nota che il tasso di collocazione dei formati raggiunge quota 80%. Ciò denota qualità e realismo nella formazione, pur in una situazione di mercato del lavoro sicuramente non facile. Tale dato dimostra,

inoltre, il forte legame fra le business school accreditate e il sistema delle imprese e quindi la capacità di realizzare percorsi formativi in linea con i bisogni del mercato.

Le aree tematiche più richieste in % (secondo il campione della domanda)



Fonte: Ricerca Asfor 2004

dato conferma un segnale positivo nel processo di integrazione che sta investendo il sistema dell'offerta di formazione.

Quanto alla composizione per genere, il 28% della faculty è composta da donne. Le aree tematiche più richieste per la formazione si differenziano ovviamente fra l'utenza PA e le imprese, anche se è confermata una positiva convergenza. Le imprese richiedono soprattutto di essere formate e aggiornate sui temi del

L'INDAGINE QUALITATIVA

Tale ricerca è stata condotta da Asfor su un campione eterogeneo e qualificato di soggetti peculiari della domanda di formazione manageriale, allo scopo di fornire indicazioni relative all'intero panorama formativo. I

DOSSIER FORMAZIONE MANAGERIALE

risultati riguardano valutazioni soggettive, sia sul sistema formativo italiano sia con riguardo alla comparazione con altri paesi.

La composizione del campione di riferimento è costituita in parte da imprenditori e associazioni imprenditoriali, da dirigenti di aziende anche multinazionali e da rappresentanti del settore bancario e assicurativo. I giudizi positivi sulla formazione italiana confermano il grado di soddisfazione registrato nel 2003, toccando nel 2004 quota 65%; anche nella comparazione internazionale le valutazioni circa la formazione italiana sono molto favorevoli attestandoci oltre il 60%. La situazione non è quindi connotata negativamente. Ma esistono ampi margini di miglioramento, che devono spingere le istituzioni formative a diventare sempre più internazionali (rapporti/alleanze).

Per il campione le aree della gestione delle risorse umane e del marketing rappresentano i capisaldi della formazione, in linea con i dati quantitativi emersi dalla ricerca sulle attività dei soci Asfor, per cui si presuppone uno sviluppo di domanda nel prossimo futuro; da non sottovalutare è anche il dato relativo alla logistica. Gli ambiti di applicazione di tale evoluzione sono per lo più le Pmi e

la Pubblica Amministrazione. Vi è, quindi, una chiara percezione sia dei bisogni diffusi di managerialità per le strategie e spesso il riposizionamento delle imprese minori, sia dell'ulteriore lungo percorso che debbono fare le PA nella funzione di servizio e in quella di promozione. Gli obiettivi

ne (circa 75%). Vengono confermati i dati per ciò che attiene alla valutazione della qualità dei fornitori di formazione: viene data importanza cruciale ai fattori di propositività, innovatività, attinenza tra teoria e pratica e continuità di rapporto tra i formatori e i clienti della formazione.

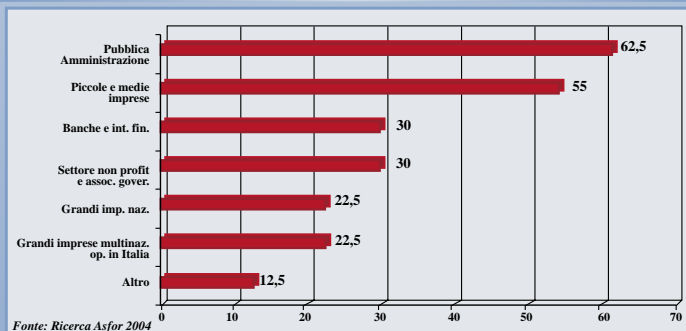
La formazione viene vista come un processo organico e strutturato, che deve generare valore e quindi deve essere valutabile e misurabile (qualità/efficacia). Tutto ciò in un'ottica di mercato concorrenziale, aggiornamento continuo e rilevanza dei fattori strategici delle strutture imprenditoriali.

In sintesi, l'attenzione verso la formazione manageriale per i prossimi tre anni è crescente; tale trend è avvalorato dai dati del campione, che per il 67,5% intravede una crescita. Altro aspetto di innovatività, rispetto all'indagine condotta nel 2003, è rappresentato dal tema della re-

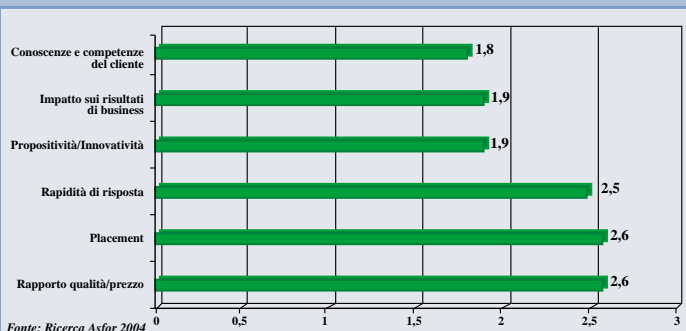
sponsabilità sociale. È stato chiesto al campione se ritenesse utile che i temi della responsabilità sociale delle imprese possano essere affrontati dalla formazione manageriale. I dati mostrano con chiarezza tale interesse, infatti l'85% degli intervistati si è mostrato favorevole, individuando alcuni macrotemi: bilancio sociale, codice etico, bilancio ambientale e certificazioni.

L'appuntamento è al Rapporto Asfor 2005.

Il target group in cui c'è maggior domanda di formazione in %



I criteri di valutazione dell'offerta



della formazione ritenuti strategici in ambito aziendale sono rappresentati dal livello di cambiamento/innovazione apportato all'interno delle aziende, della cultura organizzativa e dei valori trasmessi.

Le tecnologie didattiche più efficaci si confermano quelle rappresentate dal distance learning e dall'e-learning, infatti il 60% del campione dichiara di aver già fatto uso di strumenti di e-learning per la formazione, con un alto grado di soddisfa-