

Osservatorio ASFOR 2011 sulla Domanda e Offerta di Formazione Manageriale in Italia**LA DOMANDA DI FORMAZIONE: SI CONSOLIDANO I PRIMI SEGNALI DI RIPRESA***Prima sintesi dei risultati dell'Indagine**"Osservatorio ASFOR 2011 - Domanda di Formazione Manageriale"***A cura di:****Elio Borgonovi - Consigliere ASFOR con delega Ricerche****Salvatore Garbellano - Membro del Comitato Scientifico Ricerche ASFOR****e Mauro Meda - Segretario Generale ASFOR**

L'Indagine "Osservatorio ASFOR 2011 - Domanda di Formazione Manageriale", coordinata dal Consigliere Elio Borgonovi - quest'anno pervenuta alla VI Edizione - intende far emergere scenari, trend e idee applicati in Italia nella formazione manageriale nel periodo marzo - luglio 2011 e si focalizza sulle azioni che il sistema della formazione manageriale sta attuando per aiutare le imprese a affrontare le sfide competitive del post crisi.

Questa nota ha la finalità di divulgare i primi risultati dell'Indagine: i dati definitivi saranno, infatti, presentati nel corso di uno specifico evento ASFOR che si svolgerà nel mese di settembre.

Sino a oggi - a ricerca quindi ancora in corso - hanno partecipato capi del personale, responsabili della formazione e di Corporate University di 71 grandi e medie aziende e organizzazioni della Pubblica Amministrazione. Hanno già partecipato all'Indagine grandi aziende industriali (ad esempio, Chloride-Emerson Network Power, ENEL, ENI, Ferrero, Fiat Group, Finmeccanica, Pirelli ecc.); finanziarie e assicurative (Allianz, Banca Monte dei Paschi di Siena, Banca Popolare di Milano, Gruppo Generali, Mediolanum Corporate University, Reale Mutua Academy, ecc.); imprese che fanno parte di multinazionali presenti in Italia (quali Robert Bosch, Abb, Coca Cola, Nokia, ecc.) e note medie aziende innovative (Landi Renzo, Malaguti, Parmalat, Technogym, ecc.).

I budget per la formazione manageriale

I primi segnali positivi che si erano manifestati nella precedente Indagine che si era svolta nel 2010 si stanno consolidando.

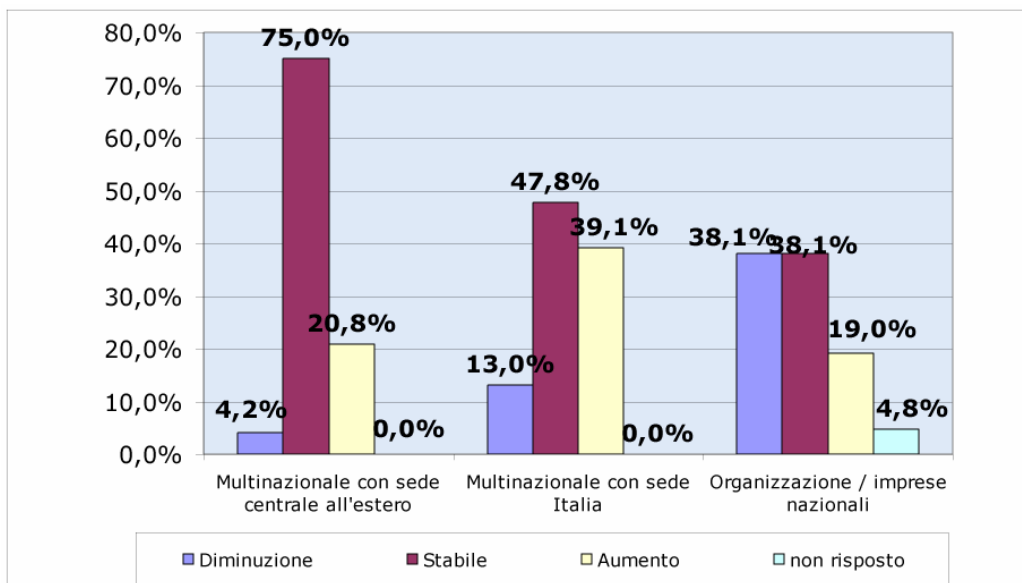
Nel 2011, i budget per la formazione continuano a rimanere ancora al di sotto dei livelli pre-crisi, ma il 26,5% delle organizzazioni interpellate dichiara che nell'anno in corso ha aumentato, a volte in modo significativo, le risorse finanziarie destinate alla formazione manageriale. Soltanto il 17,7% delle imprese segnala, invece, una riduzione dei budget, mentre la maggioranza di esse (il 54,4%) continua a mantenere i budget allo stesso livello del 2010.

Pertanto, si conferma quanto già segnalato nella precedente Indagine: i cali generalizzati dei budget dedicati alla formazione manageriale sono cessati. L'unica importante eccezione in questo scenario è costituito dalla Pubblica Amministrazione che risente dei tagli di spesa effettuati dall'ultima legge finanziaria.

In particolare, i segnali più incoraggianti provengono dalle multinazionali che hanno sede in Italia. Il 39,2% di questa tipologia di imprese che ha partecipato all'Indagine segnala che i budget sono in aumento, mentre soltanto il 13,0% indica una riduzione e il restante 47,8% fa rilevare una tenuta degli investimenti dedicati alla formazione manageriale. Al contrario, segnali di diminuzione dei budget provengono soprattutto dalle imprese e dalle organizzazioni nazionali che operano in prevalenza nel mercato interno. (Fig.1)

Si conferma poi una tendenza emersa con grande chiarezza nel 2010: la stragrande maggioranza delle organizzazioni interpellate (oltre il 90%) manifesta l'intenzione di fare ricorso alle attività di formazione finanziate soprattutto attraverso i Fondi interprofessionali. E' quindi evidente, alla luce di questi dati, la necessità di intervenire con una strategia globale e complessiva a sostegno della formazione finanziata.

(Fig.1)



Fonte: Osservatorio ASFOR 2011

Azioni e strategie del post - crisi

A fronte di budget che sembrano in leggera ripresa, molti responsabili della formazione manageriale hanno implementato strategie formative finalizzate a contribuire alla ripresa di competitività delle imprese. Permane molto alta l'attenzione verso l'efficienza e si conferma la tendenza delle imprese a realizzare una formazione "tagliata su misura" in funzione sia delle sfide competitive e dei cambiamenti che le imprese stanno affrontando sia dei bisogni espressi dalle persone a cui saranno indirizzati gli interventi. La parte più rilevante delle organizzazioni segnala tre aree di interesse prioritario: lo sviluppo delle competenze tecniche e professionali; la valorizzazione della leadership e delle capacità di change management; le skill manageriali.

I fornitori di formazione

La maggioranza delle organizzazioni che hanno partecipato all'Indagine ha progettato e realizzato i principali programmi di formazione manageriale in partnership con le Scuole di Management italiane e con le più rilevanti società di consulenza e formazione. Molte tra le imprese italiane maggiormente globalizzate iniziano a creare partnership anche con le principali Business School estere. Si conferma il crescente coinvolgimento e utilizzo dei manager nella progettazione e realizzazione dei programmi di formazione aziendale, in alcuni casi, anche tramite la creazione di Faculty interne composte da dirigenti, responsabili e esperti aziendali.

Le sfide della formazione manageriale

In genere, le aziende del campione sono soddisfatte dalla capacità di risposta ai nuovi bisogni di formazione mostrata dai fornitori di formazione nel loro complesso. Tuttavia, le imprese segnalano l'opportunità che il sistema della formazione manageriale conosca in modo più profondo i business e le specifiche culture aziendali delle imprese clienti. In particolare, occorre che nel post crisi la formazione manageriale diventi:

- più flessibile e capace di adattarsi con maggiore velocità ai bisogni di cambiamento e innovazione delle imprese
- più propositiva in termini di nuovi contenuti e metodologie
- ancora più allineata alle strategie e alle priorità aziendali.

16 Giugno 2011