Corriere Economia

Data 01-06-2015
Pagina 32
Foglio 1

La ricerca

La Corporate University? Ha il piede sull'acceleratore

La formazione aziendale cambia pelle. Da voce di spesa diventa un vero e proprio hub per il rilancio aziendale. E' quanto emerge dal rapporto 2015 sulle Corporate University italiane realizzato dal Dipartimento di management dell'università La Sapienza, in collaborazione con Assoknowledge, l'associazione dell'Education e Knowledge che fa capo a Confindustria, che ha censito 35 Academy interne di grandi gruppi come Vodafone, Enel, Eni, Generali, Pirelli, Telecom.

«Tra i compiti della Corporate University, che oggi fanno formazione a 360°, c'è quello di accompagnare e sostenere il cambiamento culturale e l'identità organizzativa», spiega Mauro Gatti, docente di organizzazione aziendale.

Secondo l'indagine, il 40% delle imprese destina alla propria università interna tra 1 e 5 milioni di euro che, nel 43% dei casi, è compreso tra l'1 e il 6% del fatturato. Inoltre, nel 60% circa dei casi l'Academy dispone di una struttura fisica dedicata e nell'82% anche di un proprio logo, al fine di rendere visibile, all'interno e all'esterno, l'investimento in «education».

Se il 24% delle imprese si concentra sullo sviluppo manageriale, e il 16% organizza corsi obbligatori per legge, appena il 9% si focalizza su aree specifiche volte a sensibilizzare le persone, come corporate social responsibility, sostenibilità etica e questioni sociali.

Dall'analisi emerge che quasi tutte le Academy interagiscono con altre imprese, per lo più fornitori o clienti e, nella maggioranza dei casi (75%), le collaborazioni hanno come obiettivo quello di scambiarsi informazioni su best-practice. Le partnership si stringono prevalentemente sul territorio nazionale, ma non mancano casi di collaborazioni a livello europeo (11%) ed internazionale (16%).

«Il concetto di Academy si sta diffondendo anche tra giovani aziende come la nostra — dichiara Giancarlo Campri, direttore Hr del gruppo Hera —. In passato il settore energetico operava in una logica di mercati protetti. Oggi, con la liberalizzazione devono aggiornarsi ed investire con le migliori pratiche che si trovano sul mercato».

L' Academy di Hera ha erogato 28 ore di formazione pro capite. La formazione, inoltre, ha interessato praticamente tutti i dipendenti Hera, visto che ne ha beneficiato il 97%. «Formiamo tutti i livelli: dai neoassunti ai profili manageriali, fino al personale operativo, che partecipa a progetti ad hoc come la Scuola dei Mestieri — prosegue Campri —. Inoltre, quest'anno faremo oltre 200 assunzioni, tra cui un centinaio di tirocini».

Dal report però emergono anche quelli che sono i punti deboli da migliorare delle Coporate University.. Ad esempio solo il 38% della formazione viene erogata con strumenti online.

BA. MILL.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.