

L'università si fa in azienda

In alcuni casi l'obiettivo è reclutare i migliori talenti tra i neolaureati, in altri specializzare il personale già in organico per puntare a fare la differenza sul mercato. Sta di fatto che la lunga stagione della recessione non ha intaccato le strategie delle aziende che hanno messo in piedi una corporate university, in alcuni casi identificata con il nome alternativo di academy.

Ma la sostanza è, a grandi linee, la stessa: il board individua alcuni spazi per svolgere le lezioni, quindi viene contattata una società specializzata in formazione e il risultato è un programma formativo in cui si alternano teoria e pratica, docenti universitari e manager, momenti di studio collettivi e altri individuali.

In Italia 39 strutture attive. Le scuole aziendali esistono negli Stati Uniti da oltre mezzo secolo. La prima a lanciarsi in questo campo è stata McDonald's, con la Hamburger University, fondata a Oak Brook (nell'Illinois) nel 1961, alla quale hanno fatto seguito altre strutture in giro per il mondo, Cina compresa. L'obiettivo di questi corsi è formare manager locali secondo le peculiarità di quel mercato.

Secondo l'ultimo rapporto annuale sul fenomeno redatto da Fondazione Campus di Lucca con la consulenza scientifica del Crisp (Centro di Ricerca Interuniversitario per i Servizi di Pubblica Utilità), sono 39 le scuole di questo tipo attive nella Penisola, con una spiccata presenza di realtà del mondo assicurativo e finanziario (il 23% del totale). Quanto al fatturato delle aziende esaminate dallo studio (31), il 3% si attesta sotto i 100 milioni di euro, il 13% dai 101 ai 300, un altro 13% dai 301 ai 500 e il 71% sopra i 501 milioni. Quanto all'età media dei dipendenti, la maggioranza (il 55% per la precisione) indica la presenza di persone fra i 41 e i 50 anni, il 29% fra i 31 e i 40 e nessuna presenza sotto i 30 e sopra i 50, con un

16% non determinato. Dalla ricerca emerge, poi, che gran parte delle aziende collega la formazione sia all'acquisizione di competenze tecniche, che al miglioramento dello sviluppo delle competenze manageriali. La fascia di personale interno più coinvolta nella formazione è quella dei middle manager, seguita dagli impiegati, dai bottom e dai top manager.

Percorsi differenziati nell'energia. Una delle realtà storiche nel nostro paese è la corporate university dell'Eni, che si occupa di formazione in tre ambiti: industriale (con l'obiettivo di sviluppare competenze specifiche per operare nelle strutture della società); manageriale (con l'intento di allineare le competenze strategiche rispetto all'evoluzione del business); commerciale e di supporto al business (con un ventaglio che va dal project management alle conoscenze economiche, finanziarie e di mercato. Lo scorso anno l'azienda del cane a sei zampe ha investito in formazione 85 milioni di euro, con 4,5 milioni di ore di lezioni. Molti dei talenti arrivano in Eni tramite il master in Management ed economia dell'energia e dell'ambiente

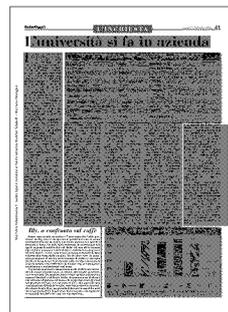
(Medea), rivolto ai laureati in discipline tecnico-scientifiche ed economiche e a coloro che, già inseriti nel settore energia e ambiente, intendano approfondire questi temi.

Ai dipendenti si rivolge l'offerta di Enel University, che prevede programmi differenziati per profilo professionale, secondo tre filoni: lo sviluppo professionale, focalizzato sull'acquisizione di conoscenze tecnico-professionali tipiche di un'area o di una famiglia professionale; lo sviluppo manageriale, attraverso corsi che mirano a sviluppare capacità di integrazione e di visione complessiva del business; infine lo sviluppo personale, per potenziare le capacità e i comportamenti organizzativi attesi dai diversi ruoli.

Finanza, la formazione al passo con l'evoluzione del mercato. Abbastanza diffuse sono anche le academy lanciate da aziende del finance, uno dei settori maggiormente interessati dai cambiamenti negli ultimi anni. Come dimostra il caso della Mediolanum corporate university (premiata lo scorso anno al Global Council of Corporate Universities Awards di Parigi), rivolta alla

rete di vendita e ai dipendenti, situata nel Campus di Milano 3, a Basiglio. La struttura si sviluppa su una superficie di oltre 4mila metri quadri, con aule spaziose e un museo sulle «radici» dell'azienda, oltre a una biblioteca e una videoteca dove trovare un'ampia raccolta internazionale di testi e video. In affiancamento a questo percorso sono invece previsti eventi educativi (seminari) rivolti ai clienti, imprenditori e risparmiatori, su diversi temi come la pianificazione finanziaria, protezione del patrimonio, innovazione, social network e comunicazione.

L'Academy di Gruppo Generali è il motore della formazione interna al gruppo assicurativo, nata per offrire formazione tecnica d'eccellenza e programmi globali di sviluppo di leadership e management. Le attività hanno preso il via a maggio a Trieste (non solo perché sede storica del gruppo, ma ha anche per la sua vocazione cosmopolita). In collaborazione con l'università locale è da poco partito il programma pilota 2014 sulla «Technical Excellence» che entro la fine dell'anno potrà a Trieste circa 400 persone del

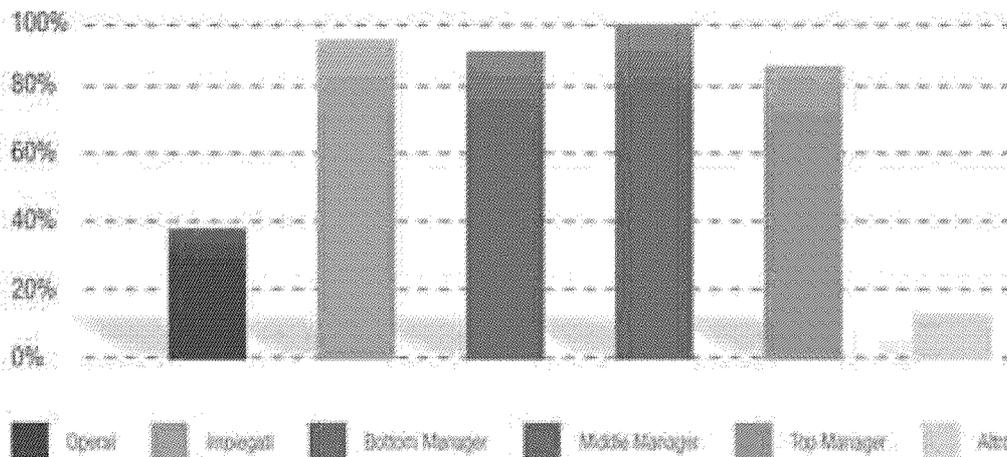


gruppo provenienti da tutto il mondo e da tutti i settori professionali con una trentina di corsi, workshop e forum dedicati allo sviluppo e al rafforzamento delle competenze chiave per le strategie del gruppo.

Infine, Lindt Academy è un percorso promosso dalla Liuc-Università Cattaneo di Castellanza per formare i giovani manager di Lindt & Sprüngli, con alle spalle un'esperienza lavorativa di quattro-cinque anni. Le aree approfondite, con docenti dell'ateneo e professionisti del settore spaziano dall'organizzazione e gestione delle risorse umane al marketing, dal project management alle vendite.

Su questo fronte è attiva anche la Prysmian Group Academy, realizzata in collaborazione con la Sda Bocconi. La struttura si articola in due principali aree di intervento: una School of Management che ha come obiettivo il rafforzamento della leadership e delle capacità manageriali; una Professional School che punta a sviluppare il know-how e le competenze tecniche, garantendone la trasmissione dalle persone più senior ed esperte ai più giovani.

Chi partecipa alla formazione



Fonte: Corporate University 2013 - 2° Rapporto sul mercato delle Corporate University in Italia. Assoknowledge Confindustria SIT e Fondazione Campus

Una selezione delle corporate school italiane

Scuola

Barilla Lab

EY Business School

Enel University

Eni University

Illy-Università del Caffè

Carpigiani Gelato University

Generali Academy

Lindt Academy-Liuc

Mediolanum Corporate University

Prysmian Group Academy

Academy

- Reale Mutua Assicurazioni

Sede

Parma

Milano

Roma

San Donato (MI)

Trieste

Anzola emilia (BO)

Trieste

Castellanza (VA)

Basiglio (MI)

Milano

Torino

Sito Internet

www.barillagroup.com/corporate

www.ey.com/it

www.enel.it/it-IT/carriere/enel_university

www.eni.com/it

unicaffe.illy.com

www.gelatouniversity.com

www.generali.com/Gruppo-Generali/Lavora-con-noi/formazione

www.liuc.it

www.mediolanumcorporateuniversity.it

<http://prysmiangroup.com/>

www.realemutua.it