



POST-LAUREA PIÙ SBOCCHI NELLE PICCOLE E MEDIE AZIENDE PER I DIPLOMATI DELLE BUSINESS SCHOOL

Mba per far crescere pmi

La crisi ha mostrato i punti deboli delle pmi. Che, senza competenze adeguate, rischiano di perdere il treno della competitività e dell'innovazione. Si apre così, forse, un nuovo capitolo per gli esperti in gestione d'impresa titolati con il Master in business administration (Mba). *Il Mondo* ne ha parlato con Gaetano Bonfissuto, vicepresidente dell'Academy of Italian MBAs (Aimba), che il 12 novembre a Bologna affronta proprio il tema *La sfida degli Mba per lo sviluppo delle aziende familiari*.

Domanda. Qual è oggi il valore di un Mba in Italia? Esiste ancora un differenziale retributivo che giustifichi un investimento che si aggira sui 25 mila euro?

Risposta. C'è ancora, ma se prima della crisi era del 20-30%, oggi è sceso al 10%. Tuttavia un Mba è un investimento per la vita, al di là dell'immediato aumento di sti-

pendio o avanzamento di carriera. È come una medicina a lento rilascio, la cui efficacia va misurata dopo tre-cinque anni. Ma torna sempre utile, sia per la visione a 360 gradi sulla gestione aziendale, sia per la rete di relazioni che fornisce.

D. Dunque rimane una garanzia di successo?

R. Sì, però non è più una bacchetta magica. Se negli anni '80 l'Mba assicurava grandi carriere nella consulenza e nelle banche, oggi si sgomita di più e gli stessi percorsi professionali sono meno lineari. Bisogna darsi da fare e far fruttare il patrimonio di contatti costruito con il master. Gli anglosassoni sanno valorizzarlo, mentre gli italiani sono meno portati a coltivare le relazioni, salvo ricorrervi quando ne hanno bisogno. Ma il *do ut des* latino, che è il win-win americano, dovrebbe valere sempre.

Gaetano Bonfissuto



12 novembre 2010 **IL MONDO** 107

D. Perché da noi gli Mba sono meno richiesti che nel resto d'Europa?

R. Prevale la cultura del fare e non si riconosce il valore aggiunto della formazione. Non sono un caso né il basso tasso di innovazione del nostro Paese né la tendenza delle aziende a non finanziare il master ai propri dipendenti. La qualifica del master, poi, è meno valorizzata dal punto di vista retributivo perché gli stipendi medi sono più bassi a causa della forte pressione fiscale.

D. La crisi ha peggiorato le cose?

R. Al contrario, se prima la piccola e media impresa era poco interessata a figure professionali con l'Mba, oggi per cause di forza maggiore inizia a capire che, per sopravvivere, deve equipaggiarsi con competenze esterne capaci di gestire la complessità e i ricambi generazionali.

D. Pmi a caccia di laureati con Mba, quindi?

R. Non esageriamo, diciamo che per questi profili si aprono nuovi scenari prima impensabili. Le conoscenze di un manager con l'Mba possono fare la differenza in progetti di internazionalizzazione, di ristrutturazione e di successione generazionale,

di cui le aziende hanno bisogno per competere sui mercati. Tuttavia non bisogna aspettarsi carriere sicure: a prevalere sono le formule del temporary management e della consulenza.

D. A che punto del percorso, allora, è più utile frequentare un Master in business administration?

R. Con almeno cinque anni di seniority, per avere una base di confronto pratico mentre si acquisiscono i nuovi strumenti di gestione. E anche per portare il proprio contributo esperienziale al gruppo.

D. Nel suo caso l'Mba al Mib di Trieste nel 1997 ha fatto la differenza?

R. Sul piano personale sì: mi ha dato un nuovo paio di occhiali con cui guardare il mondo, una grande rete di relazioni. E ha rinforzato la mia tendenza a muovermi in ambiti lavorativi di respiro globale, fino a decidere nel 2006 di diventare partner di un network internazionale di recruiting. Sul piano della monetizzazione non c'è stato un grande cambiamento, perché ciò che davvero mi interessava era tornare in Italia dopo anni da buyer nella grande distribuzione in Danimarca, dove gli stipendi sono più alti.

Gaia Fiertler