

Una domanda sempre più qualificata di percorsi personalizzati

di **Marella Caramazza**, direttore generale Istud Business School

Il mercato della formazione sembra finalmente essere ripartito dopo anni non facili conseguenti alla crisi economica. Emergono nuovi piani e rinnovata fiducia. E non ci sono solo le multinazionali. In alcune aziende italiane del Quarto Capitalismo la domanda si sta qualificando, sia in termini di richieste e temi, sia di coinvolgimento diretto del vertice. Sembrano consolidarsi trend già presenti: la ricerca di percorsi di formazione allineati alle strategie aziendali e strettamente collegati al business e la sempre maggiore richiesta di personalizzazione.

Il digitale è un ulteriore ambito in grande crescita. A nostro avviso, è da privilegiare un approccio blended, dove la componente “open source”, che sfrutta e attiva tutte le potenzialità del digital, si collega a momenti di formazione in presenza, in cui lo scambio di esperienze, l’incontro, la dimensione sociale dell’apprendimento completano e arricchiscono il percorso formativo. Sul fronte digital, Istud è molto attivo anche nella ricerca. Con il Progetto europeo Lead3.0 Academy – dove siamo capofila di una learning alliance



che comprende università, business school e aziende di sette Paesi – stiamo studiando i nuovi modelli di e-leadership richiesti ai manager e metodi e programmi di apprendimento innovativi, dalle Open Educational Resources ai MOOC.

Un ulteriore trend è il bisogno di valorizzare al massimo le compe-

tenze interne alle aziende, con la possibilità di creare delle academies aperte anche al mercato. Tra i temi maggiormente richiesti oggi ci sono la leadership, l’innovazione, lo studio dei modelli di business, gli economics, il digitale come già accennato. Appreziate anche le attività di formazione esperienziale come le nostre “Analogie”, lezioni per manager che attingono da mondi apparentemente lontani dall’impresa come arti, musica, storia, trovando punti di contatto e sti-

moli per i partecipanti e per la propria vita aziendale. E se il Sistema Paese ha retto soprattutto sull’export e l’internazionalizzazione, Istud sta erogando molti percorsi formativi di supporto a tale espansione per accompagnare l’integrazione internazionale e interculturale.

Rinnovata attenzione ai metodi operativi

di **Marco Mantoan**, amministratore delegato Anfia Service

Nell’ultimo anno, abbiamo rilevato – in riferimento all’Area Operations delle aziende automotive, nostro target di riferimento – una crescita di interesse verso la formazione sulle metodologie della Lean Production e del Lean Six Sigma, incentrate su strategie manageriali di miglioramento continuo, ma anche sulle metodologie per la prevenzione dei rischi di progetto e di processo come il controllo statistico di processo (SPC). Questa rinnovata attenzione ai metodi operativi denota un’interessante tendenza a riconoscerne l’utilità da parte dei manager.

Sul piano dei contenuti, si conferma anche il successo della formazione tecnica legata all’apertura della filiera automotive italiana verso Costruttori auto esteri, in particolare la formazione VDA (l’Associazione tedesca dell’industria automotive) relativa ai metodi per la gestione della qualità, di cui Anfia è l’unica licenziataria ufficiale per l’Italia. In tema di sicurezza e responsabilità del prodotto, ad esempio, sta assumendo una crescente centralità la figura del Responsabile sicurezza prodotto (PSB).

Il 2015 è stato un anno di ripresa per gli investimenti in formazione e il trend è buono anche in questa prima parte del 2016, in cui prosegue e si radicalizza l’orientamento alla formazione in-house presso le aziende (quasi il 70% dei corsi che abbiamo erogato nel 2015 appartiene a questa categoria). La customizzazione dell’offerta formativa è, infatti, la nota dominante tra le esigenze dei clienti, non senza complicazioni nella gestione dei piani formativi, soprattutto riguardo

