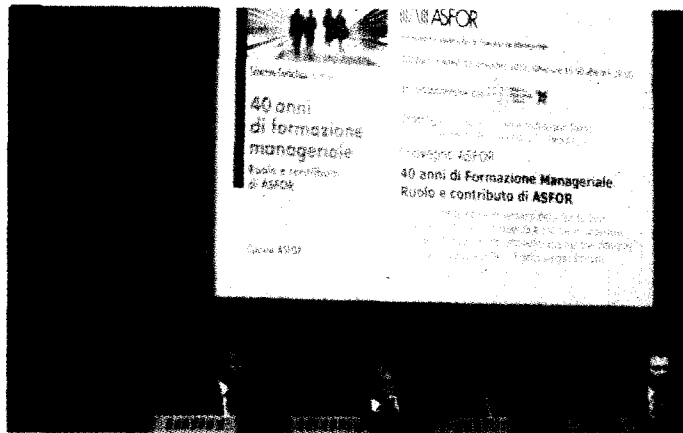


Nell'impresa la scuola dei manager La ricetta vincente del made in Italy

La formazione manageriale è una straordinaria leva per lo sviluppo. Non si può immaginare che l'Italia torni ad essere la sesta economia del mondo, se non si decide a investire nel capitale umano. È il messaggio che arriva dall'Asfor, l'Associazione italiana per la formazione manageriale, che ha celebrato all'Unione industriale di Torino i suoi quarant'anni di vita. Nata sotto la Mole l'11 dicembre del 1971, l'associazione, che oggi ha sede a Milano, riunisce 85 soci tra aziende, agenzie formative, università e fondazioni ed è l'unico ente di certificazione qualitativa dei percorsi formativi presente in Italia. All'attivo ha 33 master accreditati (in Piemonte figurano quelli organizzati dalla Fondazione Istud di Baveno e il corso in "Business Administration" della Scuola di amministrazione aziendale di Torino). L'anniversario è stato l'occasione per ripercorrere, con l'aiuto del volume di recente pubblicazione "40 anni di formazione manageriale" (Asfor/Franco Angeli Edi-



tore), l'evoluzione del settore nel nostro Paese. Curato da Salvatore Garbellano, membro del comitato scientifico ricerche di Asfor e docente a contratto al Politecnico di Torino, il libro si presenta come uno spaccato della storia imprenditoriale italiana. «La formazione manageriale – spiega il curatore – svolge un importantissimo ruolo di stimolo alla competitività delle imprese. Negli ultimi anni le risorse sono andate via via assottigliandosi, ma al tempo stesso gli interventi sono diventati più

mirati, dando luogo a risultati a breve termine, chiaramente visibili». Nelle aziende eccellenti (e la buona notizia è che gli esempi positivi non mancano nel nostro territorio, si pensi a Lavazza o Ferrero) la formazione va di pari passo con l'innovazione, l'internazionalizzazione e il cambiamento organizzativo, elementi spesso legati tra loro. I problemi maggiori riguardano, invece, le piccole imprese che non possono ambire ai mercati globali o che per loro natura,

perché ad esempio offrono servizi, dipendono interamente dal mercato interno. La formazione di alto livello, per molte di loro, resta un miraggio. A ciò si aggiungano la crisi economica, che ha inevitabilmente ridotto gli investimenti, e una contraddizione tutta italiana: da una parte le aziende riducono gli stanziamenti, dall'altra, in molti casi, non sono in grado di sfruttare le risorse cui avrebbero comunque diritto (ognuna di loro è infatti obbligata a destinare lo 0,30 per cento del costo del lavoro ai cosiddetti fondi interprofessionali per la formazione). Di qui la necessità di elaborare nuovi modelli, adatti anche alle pmi, e basati sulla figura del formatore-consulente, in grado di orientare le scelte dei dirigenti, con attività di formazione sul campo. «Si tratta di una sfida - conclude il presidente di Asfor Vladimir Nanut - tutta culturale: far capire alle imprese che investire in conoscenza non è un optional, ma "un must" per riuscire a competere in un mercato sempre più globale». [C. Ruf.]

