

Rapporto / ALTA FORMAZIONE

Le corporate university esistono dagli anni Venti. Naturalmente i loro corsi di management sono tagliati su misura per le esigenze delle imprese-madri

Negli atenei aziendali formazione al top

Il primo, fondato dalla General Motors, nacque in Usa: adesso se ne contano migliaia e alcuni hanno le stesse dimensioni delle università tradizionali per numero di docenti e studenti. In Europa sono qualche centinaio e l'Italia ne ha una ventina: la più nota è la Isvor, della Fiat

CARLO ALBERTO PRATESI*

Roma

Non sono certo una novità. Le corporate university esistono dagli anni venti e più o meno verso la fine del secolo scorso hanno vissuto un momento di grande sviluppo, tanto che qualcuno aveva addirittura previsto che il loro rapido successo avrebbe frenato la crescita delle business school. E questo grazie alla loro implicita capacità di erogare corsi di management tagliati su misura per le esigenze delle aziende-madri: un obiettivo difficile da realizzare per le università e le scuole di management, condizionate come erano dalle loro aspirazioni accademiche.

La prima nacque nel 1920 in Usa, fondata dalla General Motors, poi seguì la corporate university della Northrup Aircraft nel 1940. Tra le più affermate ci sono quelle di Disney, Ibm, HP, Federal Express, General Electric e Caterpillar. Nel tempo sono diventate quasi 2000, un numero più o meno simile a quello delle università tradizionali delle quali qualcuna ha assunto anche le dimen-

sioni: per esempio quella di Accenture che a Saint-Charles (Indiana) ha un campus con 2000 camere e 700 dipendenti per gestire qualcosa come 60.000 partecipanti l'anno. In Europa se ne contano qualche centinaio, fondate da aziende come: Lufthansa, Nokia, Volkswagen, Barclays e ABB.

In Italia ce ne sono una ventina: la più nota è quella di Fiat (Isvor, la prima in Europa del 1972), alla quale si sono aggiunte nel tempo Enel, Eni, Barilla, Generali, Mediolanum, Geox e Illy. Tra le ultime (è nata nel 2006) c'è la corporate university della Landi Renzo, azienda emiliana del settore della mobilità sostenibile. Probabilmente il loro numero non aumenterà di molto nei prossimi anni, considerato che oggi per una qualunque azienda l'apertura di una corporate university è una decisione strategica che ha importanti ripercussioni sia economiche che organizzative. Anche perché ormai la qualità delle strutture esistenti è piuttosto alta e quindi, per competere, bisogna essere certi di avere le risorse necessarie per costruire qualcosa che generi davvero valore in termini di business.

Ma quando le attività di formazione aziendali possono essere definite "corporate university"? «Secondo me non esiste una definizione precisa di cosa sia una corporate university o corporate academy, e come distinguerle da un più semplice centro di formazione aziendale — risponde Michael Stanford,

responsabile programmi di partnership di Imd, la celebre business school di Losanna — quello che conta è se in azienda ci sia o meno un sistema centralizzato che abbia l'obiettivo di potenziare le capacità delle risorse umane. In questa ottica, le strutture più efficaci sono quelle che lavorano per aiutare l'organizzazione a migliorare la propria performance portandola a livelli sempre più alti, e che per fare ciò sviluppano un valido catalogo di attività». Esistono comunque dei corsi che tipicamente vengono erogati da questo tipo di strutture. Secondo Bruno Dufour e Jérôme Wargnier di Crossknowledge, non dovrebbero mancare mai corsi finalizzati alla condivisione delle strategie; allo sviluppo della leadership e delle competenze; al miglioramento delle performance organizzative e al potenziamento del *corporate brand*.

Se fino a dieci anni fa, corporate university e business school continuavano ancora a considerarsi concorrenti, le cose poi sono andate diversamente. «Per un'azienda oggi domandarsi se sia meglio lavorare con una business school o fondare una corporate university non ha più senso, la questione è un'altra: ogni organizzazione dovrebbe prima chiedersi quale sia la sua strategia in termini di apprendimento e sviluppo e solo successivamente chiedersi se un approccio "centralizzato" sia il modo migliore per attuare la strategia». Di certo negli ultimi tempi le business school hanno migliorato molto la loro capacità di offrire corsi ad hoc per le aziende, e questo paradossalmente è avvenuto proprio grazie alle corporate university con le quali hanno iniziato a collaborare.

«Infatti la situazione oggi più frequente è quella dell'alleanza tra noi e loro, anche se non sempre i rapporti sono facili — continua Stanford — le migliori partnership nascono quando c'è piena compatibilità tra le due istituzioni. Su questo abbiamo alla spalle una discreta esperienza che ci ha portato a capire che serve soprattutto condividere una stessa motivazione e anche una certa disponibilità a rischiare, insieme, su programmi innovativi». Buoni esempi non mancano, anche in Italia dove pochi mesi fa Eni Corporate University ha siglato un accordo con la Stanford Business School.

La necessità di unire le forze è anche il risultato della crisi che negli ultimi anni ha inciso negativamente sugli investimenti in formazione che solo ora, secondo l'ultima analisi dell'Osservatorio Asfor, sta registrando una certa inversione di tendenza. Lo conferma Brigitte Fournier, fondatrice di Noir sur Blanc, agenzia francese specializzata nella consulenza in comunicazione per l'alta formazione: «Le corporate university stanno riacquisendo spazio grazie alla ripresa degli investimenti in formazione, e continuano a cercare alleanze o partnership con le b-schools per dare ai propri dipendenti una formazione di livello top e assicurarsi che i migliori talenti non sfuggano». Per esempio Sda Bocconi, insieme a Cass, Chicago, Essec e altre, ha siglato un accordo con Edf-Edison per formare i loro top manager attraverso un Emba di livello internazionale. Anche in questo ambito, come in

C'è anche spazio per alleanze con le business school dopo anni di dura concorrenza

tutto il mondo della formazione superiore, si cerca di fare selezioni e classifiche.

In particolare, l'Efmd (European Foundation for Manage-

ment Development) rilascia un'accertazione alle corporate universities: tra quelle che l'hanno ottenuta ci sono Alcatel-Lucent University, Allianz Manage-

ment Institute, Capgemini University, Credit Suisse Business School, Deutsche Bank Learning and Development, Novartis Corporate Learning, Siemens Lear-

ning Campus; ST Corporate University e Swiss Re Leadership Academy.

**Università Roma Tre*

© RIPRODUZIONE RISERVATA

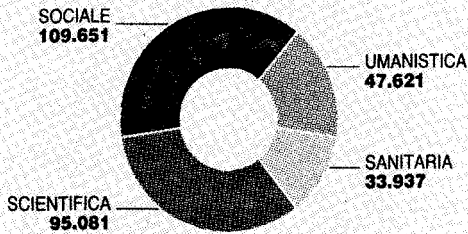
Corsi finalizzati alle strategie, allo sviluppo della leadership, a performance sempre migliori

Le due tabelle qui sotto fanno il punto sugli studenti immatricolati in Italia nel 2010 e sulle loro scelte dei corsi di laurea



Gli studenti immatricolati in Italia

Anno 2010 - '11, per area



Le scelte degli immatricolati

Anno 2010 - '11, per tipo di laurea

