

IMPRESE Si salvano i colossi, che crescono mantenendo alto il budget e le ore di insegnamento

Con la crisi le aziende tagliano la formazione

■ La formazione è un valido strumento contro la crisi. Ma spesso le imprese, proprio a causa della congiuntura economica, tagliano il budget destinato all'aggiornamento professionale. A tracciare il quadro è **Hrcom-munity Academy**, il network dei direttori risorse umane ed Hr manager di aziende italiane e internazionali, che sottolinea una riduzione più evidente nelle

piccole e medie imprese. Le grandi imprese invece continuano a realizzare iniziative legate alla formazione a tutto tondo. Pirelli ad esempio continua ad investire sulle proprie risorse e negli ultimi tre anni il trend è in aumento. L'indicatore significativo, spiega Donatella De Vita, responsabile formazione in Pirelli, "è il numero delle ore pro capite per anno e nel 2010 sono

state 6,3 le giornate di formazione media per persona". Delle attività di formazione, che l'azienda svolge presso l'Istituto Piero Pirelli, centro di formazione dell'azienda da oltre 50 anni, "abbiamo 3 livelli di valutazione. Il primo è, ovviamente, il gradimento. Da un anno, invece, valutiamo anche l'apprendimento e, nel medio periodo, intendiamo avviare percorsi che aiu-

tino a valutare l'impatto dell'investimento formativo sulla performance delle persone" spiega Davide Spanti, responsabile Hse della funzione Operations per l'area Europa, Medio Oriente e Africa in Pirelli, "si è appena conclusa la settimana Hse (Health Safety Environment) che ha coinvolto tutti i dipendenti del gruppo nel mondo".

