

*Le imprese italiane purtroppo stanno tagliando le risorse. Allarme delle risorse umane*

# La formazione contro la crisi

La formazione è un valido strumento contro la crisi. Ma spesso le imprese, proprio a causa della crisi, tagliano il budget destinato all'aggiornamento professionale. A sottolinearlo è **Hrcommunity** Academy, il network dei direttori risorse umane ed Hr manager di aziende italiane e internazionali. "Chi continua ad imparare, giorno dopo giorno, resta giovane". Lo sosteneva Henry Ford e ne sono personalmente convinto" commenta Giordano Fatali, presidente del network. Tra il 2009 e il 2011 il decremento degli investimenti in formazione si attesta in un range che va dal 10% al 40%. Purtroppo, spiega Fatali, "in questo momento storico, l'altalena della

Borsa, la riduzione delle entrate e la contrazione dei consumi e degli investimenti, spinge le imprese a tagli più o meno drastici che, in misura diversa, spesso vanno ad incidere significativamente sulle variabili strategiche che consentirebbero l'avvio di dinamiche di sviluppo quali l'innovazione, la ricerca e soprattutto la formazione". La crisi, dunque, commenta il presidente del network dei direttori delle risorse umane, "torna puntuale quale variabile influente sulla formazione delle risorse". La riduzione, aggiunge Fatali, "è più evidente nelle piccole e medie imprese, meno nelle grandi seppure la maggior parte del campione riconosce nella formazione uno strumento ido-

neo a contrastare la crisi, soprattutto quando si parla di formazione tecnica e manageriale funzionale all'aggiornamento delle competenze e votato all'aumento della competitività". Da una recente survey sulla formazione in azienda, condotta ad inizio 2011, da **HrCommunity** Academy che coinvolge oltre 400 aziende, emerge come per 100 aziende del campione coinvolto, i giorni di formazione annui per dipendente non superino quota 5 per le grandi imprese e 3 per le piccole e medie imprese. Quanto al budget investito è sempre inevitabilmente la dimensione dell'azienda a proporzionare la tipologia di spesa: intorno ai 7 milioni di euro nelle grandi imprese.

