

Il rilancio della Fondazione nata nel 1970, secondo Marella Caramazza e Barbara Zucchi Frua

La buona formazione si fa sul lago

Le nuove strategie Istud per giovani, senior e top manager

DI LORENZO MORELLI

Master per i giovani talenti, percorsi formativi per senior e top management. E ancora, workshop e meeting creati su misura per le imprese. Infine, imposti dallo stato attuale dell'economia, nuovi corsi di organizzazione e ristrutturazione aziendale.

Dal 1970 la Fondazione Istud si occupa di formazione del management che guida le imprese italiane e straniere e ad oggi sono oltre 45 mila i dirigenti transitati dalle aule nella sede di Stresa per guardare con occhi nuovi le prospettive delle loro attività. «La formazione è il termometro della società e indica la direzione in cui un paese sta andando, mentre gli investimenti misurano la velocità con cui sta crescendo la competenza e la preparazione della classe dirigente», spiega Marella Caramazza, direttrice generale della Fondazione Istud. Per il futuro la business school sulla riva piemontese del lago Maggiore punta su tre tar-

get: top executive, giovani alti potenziali e dirigenti senior. La prima iniziativa si chiama Istud&Links@Wharton ed è in collaborazione con il centro di ricerca Wharton School fondato nel 1881 e Links, società di formazione scandinava. Il programma ha una durata di 7 giorni divisi nel tempo e prevede un'investimento di 8.500 euro. La sua caratteristica è quella di essere un corso itinerante che consente di venire a contatto con le realtà all'avanguardia ed esperti economisti. La prima giornata, detta Kick off, si svolge a Copenhagen o a Milano. Il secondo modulo prevede il trasferimento a Philadelphia nella sede della Wharton per frequentare l'Executive Programme. Infine l'ultima giornata è dedicata alla Company visit e si svolge a New York. «Il programma Istud&Links@Wharton si propone di affrontare le questioni strategiche più rilevanti per il business e leggere l'azienda in un'ottica interfunzionale, per imparare a risolvere problemi complessi e affrontare in modo consape-

vole i processi di cambiamento aziendali», spiega Caramazza. Pensato per i giovani talenti è il master Ila, un percorso formativo in business management della durata di 24 mesi con formula open, ovvero si può accedere in ogni momento dell'anno. Il corso costa 20 mila euro e prevede fasi di autoistruzione, formazione d'aula e formazione sul campo. La sua particolarità è il project work finale, un lavoro focalizzato su un tema di interesse specifico per l'azienda, dove il coordinamento tra l'Istud, il partecipante e l'impresa è continuo e costante. Infine, la terza carta su cui la Fonda-

zione Istud punta è l'Executive development programme, rivolto ai dirigenti e manager destinati ad assumere ruoli di responsabilità nelle aziende. Lo scopo del corso, che dura 16 giorni e costa 6.400 euro, è imparare a osservare l'azienda come un insieme formato da diverse unità da coordinare, capire come gestire il cambiamento attraverso l'esercizio della leadership e affrontare i problemi che richiedono risorse e competenze interfunzionali.

L'Istud mette a disposizione anche i Meeting of minds, giornate dedicate a tematiche d'attualità e d'interesse per le aziende. «Questi appuntamenti vengono organizzati nella sede di Milano e Stresa e permettono di fare una full immersion con esperti della materia. Il confronto e la condivisione delle esperienze sono fondamentali per valutare nuove soluzioni di problemi comuni. Recentemente tra i temi più richiesti dalle imprese ci sono i meeting sulla ristruttu-

razione e riorganizzazione aziendale. Del resto in questo periodo storico dobbiamo avere il coraggio di rimettere in discussione i modelli che andavano bene fino a 5 anni fa e che oggi non sono più validi. Lo studio, la ricerca e il confronto sono le uniche risorse che abbiamo a disposizione per uscire dai vecchi schemi e crearne di nuovi», afferma Caramazza.

Da poche settimane è stata nominata presidente della Fondazione Istud Barbara Zucchi Frua. «I miei obiettivi per il 2009 saranno potenziare l'anima della fondazione facendo emergere la missione storica, cioè essere motore di nuove visioni d'impresa e stimolo per lo sviluppo di nuova cultura manageriale. Ci sono persone che quotidianamente portano avanti imprese in Italia e nel mondo con sistemi performanti, modelli innovativi, idee dirimpenti, etica, sostenibilità e professionalità. La fondazione ha lo scopo di far emergere, studiare e diffondere questi modelli per ridare fiducia all'imprenditoria e sostenere il modello economico attraverso esempi manageriali centrati sulla creazione di valore».



Marella Caramazza