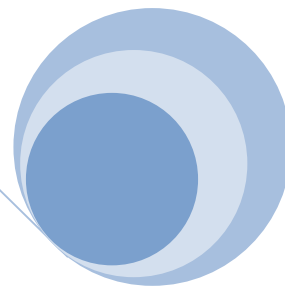
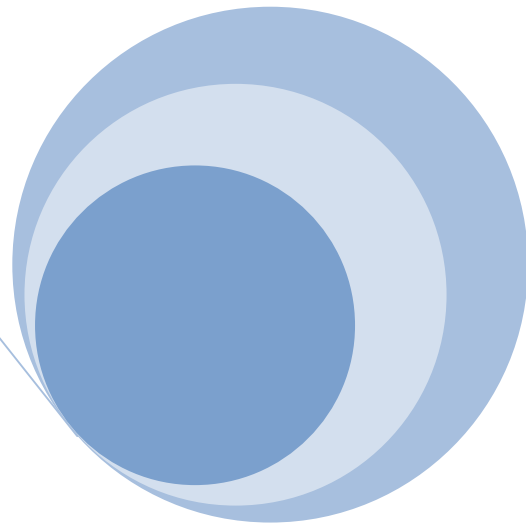


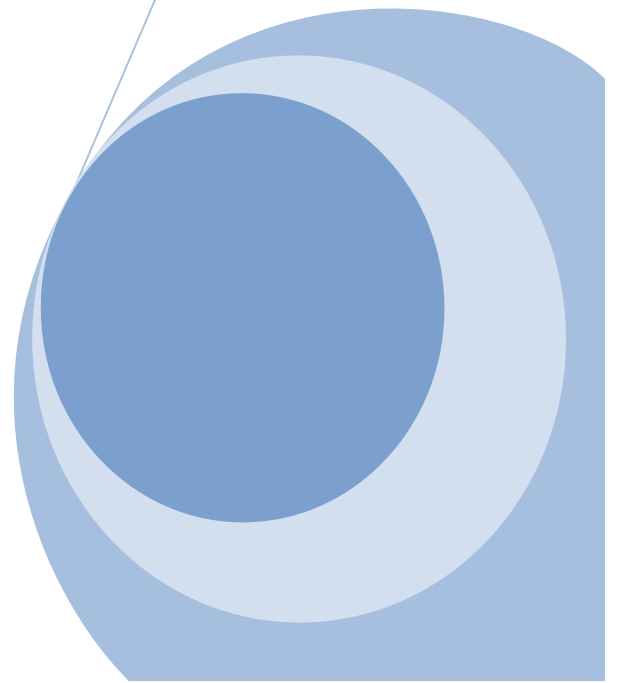
**Associazione
Management Club**



Rapporto 2009 sulla Classe Dirigente

Focus Group
"La difficile saldatura degli interessi"

Castellanza, Liuc, 22 gennaio 2009



Associazione Management Club

Rapporto 2009 Classe Dirigente

FOCUS GROUP

“La difficile saldatura degli interessi”

PROGRAMMA E
TEMI PER LA DISCUSSIONE

Università Carlo Cattaneo - LIUC
Castellanza, C.so Matteotti, 22

22 gennaio 2009, ore 14.30 - 17.00

Conoscere la composizione e la struttura della classe dirigente del Paese, per capire come si formino le élite e in che misura il riconoscimento del merito incida su questo percorso. E' l'ambizioso progetto della nuova Associazione Management Club, che si concretizza nel Rapporto 2009 “Generare classe dirigente”.

Dopo le edizioni 2007 e 2008 - che costituiscono il primo approfondimento scientifico mai realizzato finora sulle Classi Dirigenti italiane - il Rapporto 2009 sarà focalizzato sulle modalità di creazione di élite, con particolare attenzione ai processi di applicazione del “merito” nella filiera della formazione delle classi dirigenti, anche in un'ottica di confronto internazionale.

Il Focus Group è l'occasione per mettere a confronto l'opinione di esperti e rappresentanti della business community sul merito applicato nella formazione, partendo dai risultati delle indagini promosse da Management Club nell'ambito del Rapporto 2009 e relative a: famiglie e giovani che guardano alla scuola secondaria e all'università, ma anche ai comportamenti dei docenti e a quello delle aziende; docenti che guardano alle famiglie e ai giovani e al sistema economico; management che guarda sia ai canali formativi sia alla cultura giovanile.

Partecipanti

Coordinamento:

- Nadio Delai (coordinatore scientifico Rapporto 2009 sulla Classe Dirigente)

Panel di esperti:

- Giuseppe Perrone, Rita Santarelli e Pietro Fiorentino (Associazione Management Club)
- Pierluigi Riva, Gianfranco Rebora, Eliana Minelli (Liuc)
- Gabriele Gabrielli (Luiss)
- Michele Ferraioli (Federmanager Varese)
- Vittorio Gandini (Confindustria Varese)
- Ezio Colombo (Ficep S.p.A.)
- Gaetano Bartolone (Whirlpool Europe S.r.l.)
- Carlo Perone (Novartis Pharma S.p.A.)
- Enrico Cazzulani (Gruppo Lombardo AIDP)
- Giannimaria Strada (Consorzio Nord Ovest Coop)

Abstract “La difficile saldatura degli interessi”

Le premesse

I precedenti Rapporti Luiss e Fondirigenti sulla classe dirigente e la loro evoluzione attraverso l'Associazione Management Club rappresentano altrettanti passi coerenti tra loro. Infatti nei lavori precedenti si è pervenuti:

- a far uscire dal generico il tema della qualificazione della classe dirigente, sottolineando l'esigenza di passare ad una assunzione esplicita di responsabilità da parte di quest'ultima rispetto alla pura e semplice critica delle inadeguatezze esistenti;
- a posizionare il tema della formazione, selezione e mobilità della classe dirigente all'interno dell'Agenda Pubblica del Paese, non solo sulla base di analisi e di ricerche, ma anche attraverso il diretto coinvolgimento di imprese e di dirigenti;
- ad individuare nel Rapporto un “prodotto” di riferimento riconoscibile e spendibile in sede istituzionale.

Affrontando oggi il Rapporto 2009 si è voluto:

- scegliere un tema-chiave che possa costituire un utile campo di esercizio concreto su cui la classe dirigente può e deve misurarsi, uscendo da argomentazioni di tipo generale;
- di ribadire il taglio del Rapporto che sempre più deve diventare non tanto una riflessione sulla quanto piuttosto per la classe dirigente, lavorando su fattori di proposta e non solo su fattori di pura e semplice denuncia (rompendo così il circolo vizioso al ribasso, per ritrovare i termini di una “sintonia positiva” e di alleanza con la parte più attiva e vitale del Paese);
- di procedere lungo la logica di approfondimento di quello che è stato definito nei rapporti precedenti come “sviluppo selettivo”, basato inevitabilmente sul merito e sulla concorrenza, ma anche sull'interesse generale e sull'inclusione (temi questi particolarmente rilevanti nella fase di crisi economica e finanziaria che stiamo vivendo);
- di mantenere un'analisi basata sempre sull'intreccio tra opinioni della popolazione e opinioni della classe dirigente, allo scopo di misurare costantemente il tipo di sintonia (positiva o negativa) esistente, a partire dall'argomento chiave scelto nel 2009.

Ecco allora che si può ricordare come, dal punto di vista dei contenuti:

- nel 2007, il Rapporto si sia incentrato essenzialmente su una critica e su un'autocritica da parte della stessa classe dirigente;
- nel 2008, si sia battuta la strada del passaggio ad un'analisi/proposta, basata sulla ricerca di una “sintonia positiva” da far crescere con la parte più dinamica del Paese, unitamente all'esame delle tracce di nuova classe dirigente e ad un confronto internazionale sui profili delle élite dei singoli Paesi;
- di scegliere per il 2009 il tema della discesa in concreto all'interno della “filiera del merito”, a partire dalla formazione secondaria, passando per quella universitaria ed

Associazione Management Club

arrivando al management delle imprese private (e integrando, dal punto di vista del metodo, l'analisi con l'effettuazione di alcuni Focus Group mirati, in modo da allargare via via l'impatto del Rapporto stesso sia nella fase preventiva che nella fase successiva alla sua presentazione).

Il tema di oggi

Nell'ambito dei Focus Group previsti si è scelto oggi di trattare la difficile saldatura degli interessi che esiste tra i diversi protagonisti implicati all'interno della filiera del merito formativo/merito professionale.

Per questo si è proceduto, nell'ambito del Rapporto, ad un'analisi incrociata attraverso cinque distinti questionari, diretti rispettivamente:

- alle matricole universitarie;
- agli studenti universitari del secondo e del terzo anno;
- ai docenti universitari;
- alla popolazione italiana;
- al management delle imprese.

La convergenza di fondo che sta alla base dei questionari è che "scendere" all'interno del merito applicato richiede di adottare una prospettiva di filiera che ha bisogno di trovare una sua coerenza interna per non mandare messaggi contraddittori ai diversi protagonisti siano essi:

- matricole universitarie che hanno avuto esperienza di merito passivo nell'immediatamente precedente scuola secondaria superiore;
- studenti universitari del secondo o del terzo anno che stanno avendo esperienze di merito passivo nel loro corso di studi;
- docenti universitari che esercitano la funzione del merito attivo nei confronti degli studenti e che sono soggetti di merito passivo in termini di valutazione di carriera;
- il management delle imprese che a sua volta rappresenta un attore attivo e passivo in termini di merito;
- le famiglie e l'opinione pubblica in genere che si trova a costituire un anello determinante in chiave di accettazione sia di merito passivo che di esercizio di merito attivo.

La somministrazione dei diversi questionari è conclusa per quanto riguarda le matricole e gli studenti universitari, i relativi docenti, le famiglie ed è invece in corso per il management delle imprese.

Il confronto dei risultati costituirà la base per l'analisi del potenziale consenso verso un possibile passo avanti in direzione del merito applicato. Questo nella convinzione che la responsabilità della classe dirigente è quella di promuovere una "sintonia al rialzo" con l'opinione pubblica sull'argomento, in modo da contribuire a creare così un circuito virtuoso condiviso, andando al di là delle pure dichiarazioni di intenti o della predisposizione di strumentazioni tecniche che non bastano ad incidere sulla realtà dei fatti. Tanto più in una fase come quella in cui oggi si vive, nella quale la classe dirigente sembra tentata dalla declamazione dell'emergenza, invece che essere impegnata al

Associazione Management Club

massimo nell'inventare e nel sostenere un processo di uscita in avanti dalla crisi economico-finanziaria che ci ha investito (compito questo fondamentale della classe dirigente).

Le domande

- 1) Come vivono oggi gli studenti (matricole e frequentanti del secondo e del terzo anno) il loro personale percorso del merito applicato?
- 2) Sanno mettere a confronto merito formale con preparazione effettiva ed eventuali conseguenze di tale rapporto sulla loro condizione attuale e su quella futura di persone che entreranno nella vita attiva?
- 3) Chiedono gli studenti più o meno merito applicato e quali contraddizioni esistono in proposito?
- 4) Quale "clima" esiste in ambito universitario circa merito e competizione tra studenti (approvazione, ammirazione, critica, ecc.)?
- 5) Qual è il ruolo eventualmente svolto dalle famiglie (protettivo, competitivo con gli altri studenti, assente, ecc.)?
- 6) Si discute esplicitamente del tema del merito all'interno dell'università e nei rapporti tra docenti ed allievi?
- 7) Come reagisce il corpo docente rispetto all'argomento del merito applicato anche a se stesso?
- 8) E l'azienda rappresenta effettivamente un luogo di applicazione o di non applicazione del merito effettivo, per quanto riguarda la selezione, il reclutamento e la carriera del management?
- 9) È possibile individuare dei paradigmi interpretativi e contemporaneamente di proposta sul tema della filiera del merito applicato (dalla formazione all'azienda) che dovrebbero essere tenuti presenti per far compiere un passo avanti significativo al Paese?
- 10) Ed infine può (e come) una politica del merito aiutare l'uscita positiva dal ciclo complesso che stiamo vivendo?

Associazione Management Club

Il sito web dell'Associazione (www.managementclub.it)

The screenshot shows the homepage of the Management Club website. At the top, there is a blue header with a glowing blue abstract image on the left and the text "MANAGEMENT CLUB" in white serif font on the right. Below the header is a navigation bar with the date "mercoledì 21 Gennaio 2009" on the left and links for "Home", "Contatti", "Ricerche", and "Links" on the right. The main content area is divided into two columns. The left column contains a vertical menu with the following items: "MANAGEMENT CLUB", "Chi siamo", "Struttura", "Statuto", "Soci Fondatori", "RAPPORTO ANNUALE", "RICERCHE", "SEMINARI", "APPUNTAMENTI", "RASSEGNA STAMPA", and "COME ASSOCIARSI". The right column features a large white box with the title "MANAGEMENT CLUB" in orange and a paragraph of text: "MC - Management Club è un centro di studi e ricerche nato dalla volontà di Fondirigenti e Luiss, nonché dei loro rispettivi soci promotori, Confindustria e Federmanager, di promuovere una sede stabile di analisi, confronto, approfondimento e comunicazione su formazione e sviluppo della classe dirigente italiana." Below this are two sections: "ULTIME NOVITA'" and "IN EVIDENZA". The "ULTIME NOVITA'" section contains a news item dated "10/12/2008" titled "Presentazione Associazione Management Club" with details: "Roma, Luiss Guido Carli, ore 10.00, Viale Pola, 12 - 00198 - Roma". The "IN EVIDENZA" section contains a news item dated "10/12/2008" titled "On line il sito web" with the URL "www.managementclub.it". At the bottom of the page is a blue footer with the contact information: "MANAGEMENT CLUB - Via Quattro Novembre, 152 - 00187 Roma, CF. 10062681001 - Tel. 06692097.1 - Fax 06692097.07".

mercoledì 21 Gennaio 2009

Home Contatti Ricerche Links

MANAGEMENT CLUB

- Chi siamo
- Struttura
- Statuto
- Soci Fondatori

RAPPORTO ANNUALE

RICERCHE

SEMINARI

APPUNTAMENTI

RASSEGNA STAMPA

COME ASSOCIARSI

MANAGEMENT CLUB

MC - Management Club è un centro di studi e ricerche nato dalla volontà di Fondirigenti e Luiss, nonché dei loro rispettivi soci promotori, Confindustria e Federmanager, di promuovere una sede stabile di analisi, confronto, approfondimento e comunicazione su formazione e sviluppo della classe dirigente italiana.

ULTIME NOVITA'

IN EVIDENZA

10/12/2008
Presentazione Associazione
Management Club
Roma, Luiss Guido Carli, ore 10.00
Viale Pola, 12 - 00198 - Roma

10/12/2008
On line il sito web
www.managementclub.it

MANAGEMENT CLUB - Via Quattro Novembre, 152 - 00187 Roma
CF. 10062681001 - Tel. 06692097.1 - Fax 06692097.07

Associazione Management Club

Note
