



Sport & management La nuova edizione di Sport business academy

Alla Bocconi torna l'agonismo

Palla al centro. Riparte la «stagione agonistica» della Sport business academy (Sba), il campo di gioco accademico per manager e dirigenti del settore sportivo promosso dal 2010 da Rcs Sport e Sda Bocconi school of management (la prima in Italia e settima in Europa tra oltre 30 mila business school). In autunno prenderanno il via due programmi di formazione. Il primo, *Sport marketing, sponsorship & event management* (il 3 ottobre), è coordinato dal professor **Paolo Guenzi**. La regia del secondo, *Sport management: competenze per creare valore nello sport* (26 novembre), è affidata al professor **Dino Ruta**, co-director della Sba. Il collegamento tra sport, economia e managerialità, che è alla base dei «goal», cioè degli obiettivi della faculty di Bocconi e Rcs, è tanto più attuale in momenti di crisi generale come quello che stiamo attraversando e, in particolare, di difficoltà economica del sistema sportivo, testimoniata dalle vicende del calciomercato che i media hanno riportato con grande evidenza nelle ultime settimane. «La crescita economica di un Paese», sostiene Ruta, «passa anche attraverso la capacità di gestire e creare valore. Noi crediamo molto in questo modello perché così possiamo contribuire a formare una società migliore. E questo è quello che fa lo sport: genera valore, non solo per il territorio e la comunità di riferimento e non soltanto in termini economici, perché l'impatto è anche sociale, urbano, turistico, di capitale umano». Per Guenzi, «lo sport italiano sta attraversando un momento di difficoltà, che è economica, di risultati, ma anche etica. Una crisi cioè multidimensionale, dalla quale si può uscire creando

un sistema che sia più sostenibile nel lungo periodo, facendo passi avanti sul fronte della managerialità senza affidarsi soltanto ai due tradizionali capisaldi: il sostegno pubblico e il mecenatismo». Sulla base di questi «schemi» il tandem con Rcs Sport (fa parte dello stesso gruppo editoriale del Mondo, che è media partner di Sba) si mantiene quasi obbligato, visto che proprio la cultura manageriale sportiva è uno degli elementi di focus della società guidata da **Giacomo Catano**. Una realtà che cresce ormai a due cifre, anche grazie alla scelta della diversificazione delle aree di business. Dopo aver coinvolto nelle due precedenti edizioni 111 partecipanti (con oltre 40 guest speaker, quattro tavole rotonde e un volume edito sul tema della Team leadership), i programmi di «allenamento» 2012-2013 prevedono rispettivamente 14,5 giornate formative in quattro moduli, più una field visit con il basket Nba e due tavole rotonde (*Sport marketing*) e 15 giornate formative in tre moduli con tre tavole rotonde e due company visit (*Sport management*).

F.D.R.

**L'importante è partecipare
Sono 111 gli intervenuti
nelle due precedenti edizioni**



Analisi La ricerca di Robert Half

Ciao LinkedIn, il 59% degli hr boccia i social

Disoccupazione giovanile al 36,2% nella fascia d'età tra i 15 e 24 anni e gli attori in gioco, i giovani, sotto i riflettori di società di ricerca e selezione e associazioni di categoria per capire approcci e risposte dal mondo del lavoro. Dalla tredicesima indagine sui neolaureati dell'associazione direttori risorse Gidp/Hrda, presieduta da **Paolo Citterio** (foto) per esempio, emerge che il canale ancora più efficace per intercettarli sono gli uffici placement delle università (per il 44,26% contro il 58% del 2011). Utili per più di un'azienda su due perché permettono di pubblicare offerte di lavoro e stage e, per una su quattro, perché danno accesso alle liste dei laureati. Utilizzati anche i siti internet specializzati (9,74%), in primis Monster consultato da oltre il 60% e, a seguire, Infojob, Jobrapido, Talentmanager e Cerco Lavoro. In numero minore ricorrono invece alla carta stampata, mentre prendono (lentamente) piede i social network, come LinkedIn e H2biz, anche per confrontare le informazioni del curriculum con quelle pubblicate online. Ma che l'uso dei social network ancora non abbia sfondato nella ricerca di personale è confermato anche da una recente indagine di Robert Half, la società di recruitment di personale qualificato. Il 59% degli hr manager intervistati sostiene che Facebook e LinkedIn non siano efficaci come strumenti di selezione, contro il 22% favorevole e un 19% che non prende posizione. Ma su una futura sostituzione dei cv con i social network c'è chi dice sì, c'è chi dice no. Per ora perfettamente alla pari.



G.F.