

Formazione

Per il fondatore di Migros Gottlieb Duttweiler era molto importante offrire a tutti la possibilità di accedere alla formazione: questo rappresentava un modo per "restituire qualcosa alla società". La formazione è rimasta uno dei principali fondamenti di Migros ed è saldamente radicata nel Percento culturale Migros.

Scuola Club Migros: formazione per tutti

Con 8'816'686 ore di partecipazione la Scuola Club Migros è dunque il più grande istituto formativo in Svizzera. Nel 2015 ha introdotto nuovi corsi e percorsi formativi innovativi e, grazie a un'offerta educativa chiaramente delineata, ha assicurato trasparenza in un mercato nebuloso.

La Scuola Club Migros offre il **corso giusto** per ogni momento della vita.

Nell'esercizio in esame più di 376'000 persone hanno partecipato a 600 diversi corsi e percorsi formativi in sei settori. La Scuola Club Migros è dunque il più grande istituto formativo in Svizzera, come confermato dalle cifre per l'anno 2015:

- 8'816'686 ore di partecipazione
- 376'308 partecipanti ai corsi e ai percorsi formativi
- 53'404 corsi e percorsi formativi svolti
- 7'500 responsabili dei corsi
- 1'600 collaboratori
- 600 diversi corsi e percorsi formativi
- 50 sedi

53'404

corsi e percorsi della Scuola
Club Migros

Digitale e innovazione

Percorsi di formazione chiari per pianificare la propria carriera: Nell'esercizio 2015 la Scuola Club Migros ha introdotto **Bildungslandschaft**, un importante strumento di orientamento strutturato come un grafico interattivo nel quale sono riportati in modo chiaro tutti i corsi di perfezionamento che si possono seguire dopo il diploma, ma anche tutte le offerte di formazione professionale di alto livello presentate da enti esterni. In questo modo la Scuola Club Migros intende favorire la **trasparenza** in un mercato che fino ad adesso è stato poco chiaro.

La svolta digitale richiede nuove competenze e gli occupati vogliono saper utilizzare le nuove tecnologie. Per questo nel 2015 Scuola Club Migros ha lanciato una serie di corsi denominata **Digital Business** ampliando ulteriormente la sua offerta formativa orientata alla pratica nel settore

digitale. La Scuola Club Migros è uno dei primi istituti di formazione a introdurre questo **pacchetto formativo orientato al futuro**.

È stata inoltre il primo grande istituto formativo della Svizzera a lanciare un **percorso di content marketing**. Esperti del settore riconosciuti insegnano questo forma di comunicazione di marketing estremamente promettente presentandola come **alternativa alla pubblicità classica**.

Nell'estate del 2015 hanno avuto inizio i nuovi **percorsi CAS** in fotografia, moda e arti visive. Tali percorsi permettono di ottenere dall'Università delle arti di Zurigo (ZHdK) un **Certificate of Advanced Studies** (CAS) e vengono valutati secondo il sistema di Bologna attraverso l'assegnazione di punti ECTS.

Una delle novità è il **corso di base per l'assistenza a persone anziane e bisognose di cure**, inserito nell'offerta a partire dalla fine del 2015. La Scuola Club Migros ha deciso di inserire nella sua offerta questo corso per reagire al numero sempre crescente di persone bisognose di cure e alla concomitante mancanza di personale qualificato nel settore dell'assistenza. Il corso di base consente inoltre l'**ingresso nel settore professionale della cura e dell'assistenza**.

La Scuola Club Migros è stata il primo grande istituto formativo della Svizzera a lanciare un percorso di content marketing, nel 2015.

Online Academy

Date le nuove possibilità tecnologiche disponibili e il panorama della formazione in continua evoluzione, la Scuola Club Migros ha deciso di mettere alla prova il proprio modello di business e di ampliare la sua offerta creando una **Online Academy**, per integrare le lezioni frontali con una soluzione al passo con i tempi. Il **nuovo e-learning** e il metodo su misura del blended learning verranno introdotti sul mercato nel corso dell'anno. Al momento del lancio l'Online Academy offrirà corsi di inglese e successivamente verranno integrati altri corsi in base alla domanda.

Eurocentres: viaggi linguistici di qualità

Eurocentres, fornitore di servizi di formazione linguistica, è riuscito a guadagnare quote in mercati in fase di contrazione. È stata ampliata l'offerta del campus online my.Eurocentres e si è registrata un'espansione delle scuole di inglese nei paesi non anglofoni.

Il **British Council** nel 2015 ha accreditato l'organizzatore di viaggi di lingue Eurocentres in Gran Bretagna con i **migliori giudizi forniti nella sua storia**.

Il personale accademico, la garanzia di qualità e la progettazione dei corsi sono i principali punti di forza riconosciuti a Eurocentres. Questo risultato riflette il costante orientamento al cliente, evidente anche all'interno del sito Web. È stata ulteriormente ampliata l'offerta del **campus online my.Eurocentres**, servizio che completa a livello digitale il sistema di successo consolidato da anni di Eurocentres.

Eurocentres ha ricevuto l'accreditamento in Gran Bretagna da parte del British Council con il massimo del punteggio.

Nell'esercizio in esame è stato possibile guadagnare quote nei mercati in fase

di contrazione. In questo senso la vendita online e diretta concentrata sui mercati chiave europei hanno rappresentato un aiuto significativo. Tale espansione è stata sostenuta dalle **scuole di inglese nei paesi in cui questa non è la lingua madre**, che hanno reso la formazione linguistica accessibile a un'ampia parte della popolazione, l'**ampliamento dell'offerta accademica**, necessaria a seguito della specializzazione dell'offerta formativa, nonché la **promozione della comprensione interculturale**. Eurocentres ha potuto così rafforzare il suo ruolo di pioniere del settore.

Istituto Gottlieb Duttweiler (GDI): elevata risonanza

Un momento più significativo dell'anno è stato la consegna del Premio Gottlieb Duttweiler a Sir Tim Berners-Lee. Con sei studi e oltre 220 relazioni, i ricercatori del GDI hanno ottenuto una grande eco tra pubblico e media.

Il 2015 è stato un anno pieno di eventi importanti per l'Istituto Gottlieb Duttweiler (GDI), tra questi spicca **l'assegnazione del Premio Gottlieb Duttweiler** a Sir Tim Berners-Lee, il fondatore del World Wide Web.

Le ricercatrici e i ricercatori del GDI hanno raggiunto un nuovo record con oltre 220 relazioni in sette paesi di fronte a 30'000 persone. Hanno elaborato sei studi, di cui cinque su incarico di clienti come Raiffeisen Svizzera, Fondazione Cerebral o Swiss Life. Gli **studi hanno ottenuto un'elevata risonanza** presso l'opinione pubblica e i media e sono stati consultati 10'000 volte. Tra questi hanno riscosso maggior successo "Digital Ageing" e "Smart Home 2030". Inoltre il GDI ha organizzato **undici manifestazioni proprie e in collaborazione** con altri enti.

I ricercatori del GDI hanno tenuto oltre 220 relazioni in sette paesi di fronte a 30'000 persone.

Per la prima volta è stato redatto il **Global Thoughtleader Index** in collaborazione con "Worldpost" e il Berggruen Institute on Governance. Questo ha permesso di analizzare oltre ai paesi di lingua tedesca e inglese anche quelli di lingua spagnola e cinese. I risultati sono stati pubblicati in numerosi media di tutto il mondo, tra cui anche "Huffington Post" ed "El País".

Il **settore delle manifestazioni con ospiti illustri** ha superato i già eccellenti risultati dell'anno precedente. Nel 2015 presso il GDI si sono svolte circa 230 manifestazioni di clienti con 17'000 partecipanti.

Cattedra Gottlieb Duttweiler: ricerca per la scienza e la pratica

La cattedra Gottlieb Duttweiler di gestione commerciale internazionale punta su una ricerca commerciale orientata ai risultati. I centri di competenza e i settori tecnici nel 2015 hanno ottenuto risultati significativi per la scienza e la prassi.

La **cattedra Gottlieb Duttweiler** di gestione commerciale internazionale presso l'Università di San Gallo ha come obiettivo quello di ottenere risultati di ricerca che possano essere applicati alla scienza, all'insegnamento e alla pratica.

Nell'esercizio in esame la sua offerta formativa ha riscosso **grande interesse** tra gli studenti e, a seguito dell'elevata domanda, sono stati nominati due nuovi professori assistenti. I cinque docenti di questa cattedra si sono occupati dei seguenti progetti:

- 4 lezioni per il corso di studi bachelor
- 4 lezioni e 3 progetti pratici per il corso di studi master
- 1 corso di dottorato
- 44 tesi per il corso di studi bachelor
- 57 tesi per il corso di studi master
- 9 tesi di dottorato

> 4'000

consumatori hanno partecipato a studi volti a comprendere il comportamento relativo agli acquisti.

I centri di competenza E-Commerce e Retail Branding e il reparto Price Management hanno elaborato **importanti risultati della ricerca da una prospettiva sia scientifica che pratica**. Durante l'evento St. Galler Internettag 2015 intitolato "Ideenschmiede Internet: Wie das Internet Innovationen fördert" ("La fucina delle idee di Internet: come Internet promuove l'innovazione") 20 referenti hanno presentato attività relative a gestione cross channel, personalizzazione, rapporto con i clienti e generazione di idee. Numerose pubblicazioni dimostrano l'esigenza di una ricerca commerciale orientata ai risultati: 19 pubblicazioni scientifiche e pratiche e conference paper, un'opera editoriale, nove libri e studi.