

Sole 24 Ore Business School, al via il nuovo polo della formazione

L'operazione. Rebranding della scuola del Gruppo Il Sole 24 ORE con Digit'Ed. Nuova identità, offerta rinnovata e focus sulle competenze

R. I. T.



Nel mercato della formazione manageriale la partita non si gioca più solo sul catalogo dei corsi, ma sulla capacità di trasformare l'aggiornamento delle competenze in un pezzo della strategia industriale delle imprese.

Dentro questo passaggio nasce Sole 24 Ore Business School, nuova identità della scuola che porta in dote oltre trent'anni di storia, un logo rinnovato, un sito aggiornato e un'offerta riallineata alle trasformazioni del lavoro.

I numeri sono quelli di un operatore già radicato: 10mila studenti l'anno, 600 aziende partner, 1.200 docenti, oltre 350 corsi, 15 aree tematiche e un tasso di occupabilità del 90% entro quattro mesi dal Master Post Laurea.

Il rebranding è il punto di rilancio dell'alleanza tra Digit'Ed e Gruppo Il Sole 24 ORE, avviata con la partnership strategica che ha ridisegnato il presidio del gruppo editoriale nel mondo della formazione, in un mercato italiano stimato in oltre 3 miliardi.

Digit'Ed, controllata da Nextalia, è il più grande polo italiano della formazione aziendale, con oltre 20 milioni di ore erogate nel 2025. Con Sole 24 Ore Formazione e la Business School già nel gruppo dal 2023, l'obiettivo è costruire una piattaforma

capace di mettere insieme progettazione formativa, digital learning, contenuti specialistici, relazione con le imprese e forza del marchio Sole 24 Ore.

Le aziende chiedono competenze aggiornate, profili qualificati, capacità di leggere le trasformazioni tecnologiche e organizzative. Il disallineamento tra domanda e offerta di lavoro resta uno dei nodi più difficili per la crescita.

Per questo la formazione non è più una voce laterale del welfare aziendale o un capitolo accessorio dei budget Hr, ma un fattore che incide su produttività e qualità dell'esecuzione strategica.

La nuova Sole 24 Ore Business School si colloca dunque nel punto di incrocio fra editoria economico-finanziaria, education e mercato del lavoro. Da una parte c'è l'autorevolezza del principale gruppo editoriale economico-finanziario italiano. Dall'altra l'expertise di Digit'Ed nella formazione per aziende, manager, Pa e professionisti.

«Una certezza guida questo percorso: la formazione non cambia nella sua identità. Valori, approccio learning by doing e centralità degli studenti restano al centro. Il rebranding valorizza oltre trent'anni di storia e li proietta in un modello più vicino al mercato del lavoro. Le sinergie tra Gruppo Digit'Ed e Gruppo Il Sole 24 ORE rafforzano la qualità dell'offerta e ampliano le opportunità. L'obiettivo è costruire competenze capaci di generare impatto nelle organizzazioni e nei percorsi professionali», dichiara Alice Acciarri, Managing Director di Sole 24 Ore Business School.

La faculty si arricchisce con l'ingresso di firme del Gruppo Il Sole 24 ORE, accanto a manager, consulenti, professionisti e docenti di estrazione aziendale. Il modello didattico orientato all'applicazione concreta delle competenze, più che alla sola trasmissione teorica.

L'offerta formativa si rinnova e si concentra sulle principali aree di trasformazione del mercato del lavoro: general management e finanziamenti europei, HR e people strategy, leadership intergenerazionale, intelligenza artificiale, sostenibilità ed ESG, management sanitario, giornalismo economico. Il modello didattico si distingue per un forte orientamento pratico e per l'integrazione tra competenze tecniche e manageriali.

Questa offerta si completa con i percorsi a marchio Il Sole 24 ORE Professionale, rivolti a professionisti, imprese e pubblica amministrazione. Percorsi che garantiscono un aggiornamento costante e un approfondimento specialistico in linea con l'evoluzione normativa, economica e tecnologica.

«La formazione de Il Sole 24 ORE Professionale si inserisce in un sistema integrato di prodotti e servizi che comprende informazione, soluzioni digitali e strumenti operativi, offrendo un supporto concreto e affidabile ai professionisti e alle organizzazioni che vogliono consolidare la propria leadership di mercato e governare i nuovi scenari competitivi», dichiara Eraldo Minella, Direzione Generale Servizi Professionali e Formazione del Gruppo Il Sole 24 ORE.

Evolve anche il modello di employability. Non più solo servizio di placement al termine di un percorso, ma metodo strutturato per costruire nel tempo il posizionamento professionale degli studenti. In altre parole: non soltanto ingresso nel lavoro, ma manutenzione continua delle competenze. Il 90% degli studenti trova o cambia lavoro entro quattro mesi dal Master Post Laurea.

La Business School rafforza inoltre il proprio network con imprese e associazioni, tra cui AIDP (Associazione Italiana Direzione del Personale), ANDAF (Associazione Nazionale Direttori Amministrativi e Finanziari), Assogestioni (Associazione italiana delle Società di gestione del risparmio), IAB Italia (Interactive Advertising Bureau) e Jet HR per un totale di oltre 600 aziende partner.

© RIPRODUZIONE RISERVATA