CORRIERE DELLA SERA – Inserto Economia, 10 ottobre 2005

Corporate University Fenomeno noto negli Usa e recente in Italia

Nasce in azienda l'ateneo su misura

Realtà come Eni, Enel e Fiat formano in proprio ma presto apriranno anche al mercato esterno

DI **PAOLA PIGNATELLI**

In America sono ormai una realtà consolidata: esistono da circa mezzo secolo. E se alla fine degli anni 80 erano poco più di 400, oggi le Corporate University (cioè le università d'impresa nate all'interno delle aziende) hanno raggiunto quota 2 mila. Si calcola che nel 2010 saranno addirittura 3.700 e il numero di iscritti supererà quello delle università tradizionali.

E in Italia? Il fenomeno è recente, ma evidentemente l'idea funziona. Ad avere al proprio interno una sorta di «ateneo su misura» sono già grandi gruppi come Eni ed Enel, Telecom e Fiat. Ma anche aziende di dimensioni minori come Geox e Illy (quest'ultima, per la cronaca, vanta la prima Università del caffè). Certo, le aziende non rilasciano diplomi riconosciuti e non sottopongono gli iscritti a test di valutazione. Ma il boom della nuova realtà ha messo in allarme parte del mondo accademico, che vede questo fenomeno importato d'oltreoceano un po' come una minaccia. Perché si tratta di strutture che si fregiano dell'etichetta di «università» senza averne esattamente le caratteristiche, né tanto meno la solidità scientifica.

In una battuta, l'azienda per sopravvivere ed essere competitiva deve diventare scuola. Ed è proprio alle aule dei college americani che ha guardato Tils (**www.tils.it**), la struttura di learning & knowledge di Telecom Italia, quando ha creato il Campus Reiss Romoli dell'Aquila. «In media i manager passano qui dai dieci ai 15 giorni l'anno — racconta l'amministratore delegato Maurizio Tarquini —. L'elenco dei corsi viene pubblicato su un catalogo via Internet, i dipendenti scelgono quelli che preferiscono e poi si iscrivono». Al Campus le lezioni sono tenute da docenti interni (ingegneri Telecom) o esterni (professori universitari e consulenti). Ma ci sono anche momenti di svago (in piscina o sul campo da tennis) e di socializzazione. «Il nostro obiettivo? Non è solo quello di creare tecnici. Vogliamo formare "menti" — continua Tarquini —. Da quest'anno, poi, il Campus ha diversificato le sue attività: offrendo i propri programmi all'esterno, con la formula di quattro master».

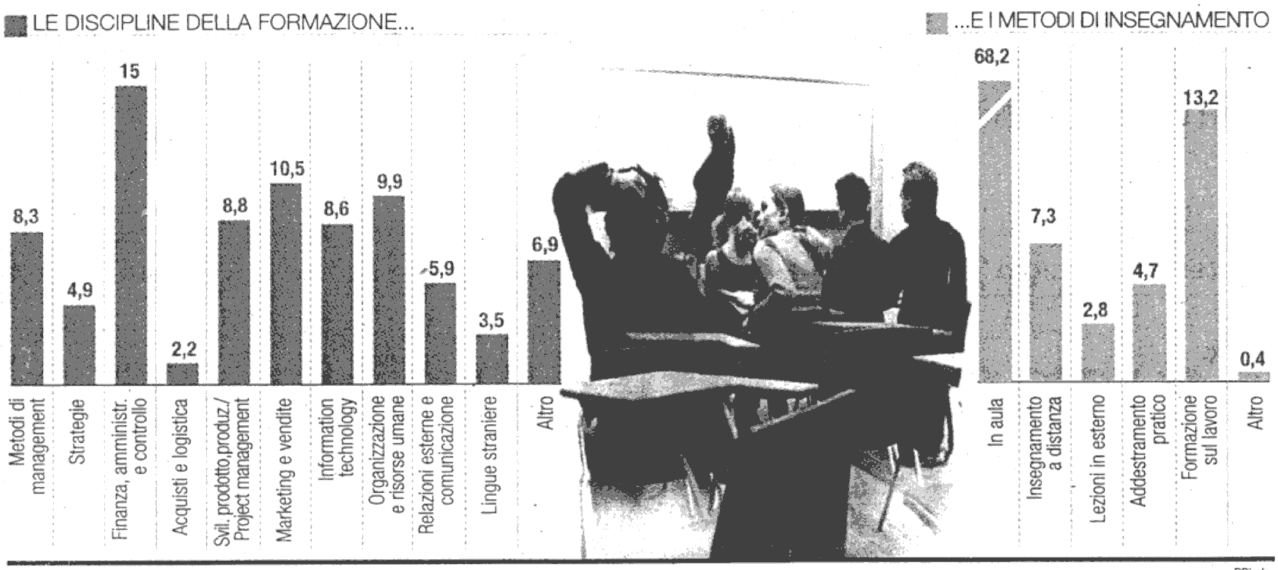
Anche l'Eni ha una sua struttura: si tratta di Eni Corporate University (**www.eni-corporateuniversity.it**). Obiettivi prioritari: la sicurezza, l'economicità delle fonti energetiche tradizionali e lo sviluppo di quelle innovative. A tre anni dal via, i dati parlano di un incremento della formazione del 41,6%, con oltre 800 mila ore di lezione erogate, 22 mila dipendenti-studenti solo nel 2004, e un ricavo to-

Ma le Corporate University, per ora, non sono in competizione con le loro «sorelle maggiori». «Nascono come risposta a un mercato sempre più competitivo e in continua evoluzione» considera Claudio Poli, presidente di Asfor (**www.asfor.it**), l'Associazione per la formazione alla direzione aziendale che ha svolto tra l'altro una ricerca sul campo. «Le imprese si sono rese conto che oggi l'attività di formazione deve essere un tutt'uno con la strategia del gruppo. Quindi va concepita, progettata ed erogata dall'interno in maniera continua e non appaltata all'esterno con corsi "una tantum" quando c'è un problema da risolvere».

CORRIERE DELLA SERA – Inserto Economia, 10 ottobre 2005

Che cosa e come si studia

Le materie e i sistemi di apprendimento più diffusi in Italia. Dati in percentuale



Fonte: **Ricerca Asfor (Associazione per la formazione alla direzione aziendale). Dati 2003**

RPirola

In America sono nate negli anni 80 e oggi sono più di 2 mila

tale di 22 milioni di euro. Una scuola, questa, aperta anche all'esterno: organizza infatti un master in Management ed economia dell'energia e dell'ambiente destinato a giovani laureati e sviluppa progetti congiunti di corsi di laurea specialistici con alcune tra le maggiori università italiane. E proprio questo fatto di strizzare l'occhio anche a chi non lavora all'interno dell'azienda, rappresenta una tendenza ben precisa. Secondo la ricerca Asfor, molte Corporate University si stanno infatti trasformando da strutture non profit a strutture for profit. Che fanno della formazione un business. In questo senso è interessante l'esperienza di Sfera (**www.sfera.it**), società dell'Enel che si occupa di formazione delle risorse umane. Nata nel 1999 come scuola interna, è oggi provider integrato di servizi formativi. «Quando siamo nati, la politica del gruppo puntava sulla diversificazione del business — spiega l'amministratore delegato, Paolo Riccardo Felicioli — quindi essere presenti sul mercato faceva parte della nostra mission. Poi la strategia aziendale è cambiata, ed Enel si è concentrata di nuovo sul proprio core business. Ma l'attività e la filosofia di Sfera sono rimaste immutate». Il motivo è presto detto: un fatturato di 29,5 milioni di euro e una capacità di autofinanziamento pari a 5,5 milioni.

Insomma, le Corporate University stanno un po' alla volta cambiando faccia e rappresentano un'opportunità in più. In Italia siamo solo agli albori, ma da una ricerca francese svolta su 75 strutture in diverse parti del mondo, emerge che circa il 40% rivolge la propria offerta di formazione anche a fornitori, clienti e potenziali dipendenti.

Corporate University Fenomeno noto negli Usa e recente in Italia

Nasce in azienda l'ateneo su misura

Realtà come Eni, Enel e Fiat formano in proprio ma presto apriranno anche al mercato esterno

DI **PAOLA PIGNATELLI**

In America sono ormai una realtà consolidata: esistono da circa mezzo secolo. E se alla fine degli anni 80 erano poco più di 400, oggi le Corporate University (cioè le università d'impresa nate all'interno delle aziende) hanno raggiunto quota 2 mila. Si calcola che nel 2010 saranno addirittura 3.700 e il numero di iscritti supererà quello delle università tradizionali.

E in Italia? Il fenomeno è recente, ma evidentemente l'idea funziona. Ad avere al proprio interno una sorta di «ateneo su misura» sono già grandi gruppi come Eni ed Enel, Telecom e Fiat. Ma anche aziende di dimensioni minori come Geox e Illy (quest'ultima, per la cronaca, vanta la prima Università del caffè). Certo, le aziende non rilasciano diplomi riconosciuti e non sottopongono gli iscritti a test di valutazione. Ma il boom della nuova realtà ha messo in allarme parte del mondo accademico, che vede questo fenomeno importato d'oltreoceano un po' come una minaccia. Perché si tratta di strutture che si fregiano dell'etichetta di «università» senza averne esattamente le caratteristiche, né tanto meno la solidità scientifica.

Ma le Corporate University, per ora, non sono in competizione con le loro «sorelle maggiori». «Nascono come risposta a un mercato sempre più competitivo e in continua evoluzione» considera Claudio Poli, presidente di Asfor (**www.asfor.it**), l'Associazione per la formazione alla direzione aziendale che ha svolto tra l'altro una ricerca sul campo. «Le imprese si sono rese conto che oggi l'attività di formazione deve essere un tutt'uno con la strategia del gruppo. Quindi va concepita, progettata ed erogata dall'interno in maniera continua e non appaltata all'esterno con corsi "una tantum" quando c'è un problema da risolvere».

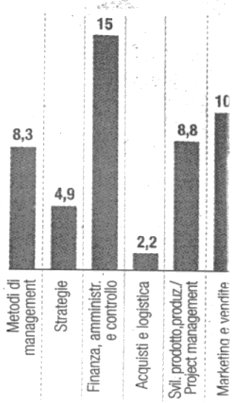
In una battuta, l'azienda per sopravvivere ed essere competitiva deve diventare scuola. Ed è proprio alle aule dei college americani che ha guardato Tils (**www.tils.it**), la struttura di learning & knowledge di Telecom Italia, quando ha creato il Campus Reiss Romoli dell'Aquila. «In media i manager passano qui dai dieci ai 15 giorni l'anno — racconta l'amministratore delegato Maurizio Tarquini —. L'elenco dei corsi viene pubblicato su un catalogo via Internet, i dipendenti scelgono quelli che preferiscono e poi si iscrivono». Al Campus le lezioni sono tenute da docenti interni (ingegneri Telecom) o esterni (professori universitari e consulenti). Ma ci sono anche momenti di svago (in piscina o sul campo da tennis) e di socializzazione. «Il nostro obiettivo? Non è solo quello di creare tecnici. Vogliamo formare "menti" — continua Tarquini —. Da quest'anno, poi, il Campus ha diversificato le sue attività: offrendo i propri programmi all'esterno, con la formula di quattro master».

Anche l'Eni ha una sua struttura: si tratta di Eni Corporate University (**www.eni-corporateuniversity.it**). Obiettivi prioritari: la sicurezza, l'economicità delle fonti energetiche tradizionali e lo sviluppo di quelle innovative. A tre anni dal via, i dati parlano di un incremento della formazione del 41,6%, con oltre 800 mila ore di lezione erogate, 22 mila dipendenti-studenti solo nel 2004, e un ricavo totale di 22 milioni di euro. Una scuola, questa, aperta anche all'esterno: organizza infatti un master in Management ed economia dell'energia e dell'ambiente destinato a giova-

Che cosa e com

Le materie e i sistemi di appre

LE DISCIPLINE DELLA FO



Fonte: **Ricerca Asfor (Associazione per la formaz**

In America sono nate negli anni 80 e oggi sono più di 2 mila