



ATTI DEL CONVEGNO

A IMOLA l'Università Telematica Internazionale:
opportunità dall'e-learning
per lo sviluppo dell'economia

Sala Simposium
Hotel Molino Rosso

IMOLA
6 Dicembre 2006

*Durante i periodi di cambiamento
chi sa imparare erediterà la terra
mentre chi sa e basta
si troverà molto bene equipaggiato
per affrontare un mondo che non esiste più.*

Eric Hoffer

Prefazione

Vorrei dedicare questi Atti del Convegno “A Imola l’Università Telematica Internazionale UNINETTUNO: opportunità dall’e-learning per lo sviluppo dell’economia” a tutti coloro che, come noi, credono che la vita sia un continuo “imparare”, che sia necessario continuare ad imparare. Per migliorarsi, per migliorare il mondo, per migliorare la condizione umana.

Aghape&Duerre, l’azienda che rappresento, si è posta un obiettivo importante: produrre benessere.

L’Università Telematica, nella mia visione, produce benessere, perché l’istruzione è di per sé benessere. Se l’istruzione, poi, abbatte le barriere fisiche, va nella direzione di un mondo migliore: pensate cosa significa questo per una persona diversamente abile.

Se l’istruzione permette a chi lavora da anni di ampliare ancora di più la mente, va nella direzione di imprese più vive, più dinamiche, più ricche. La qual cosa significa, guardando più in là, possibilità di lavoro sempre e per tutti. E c’è ancora un aspetto, più sottile, più emotivo, più legato all’animo umano: chi esce dal mondo ovattato della scuola e si inserisce nel mondo del lavoro, crede che il tempo in cui si imparavano cose e concetti sia finito, che quelle conoscenze apprese non abbiano altra vita che essere spesi nel proprio campo.

Ma il lavoro può e deve essere un continuo percorso di crescita, un continuo rinnovamento, un’ininterrotta espansione della conoscenza e della coscienza, il perenne stadio in cui il proprio unico compito era imparare.

Per questo motivo abbiamo scelto di ideare, sviluppare e promuovere questo Convegno e, attraverso esso, l’Università Telematica di Imola.

Per concludere ritengo sia doveroso attribuire un grande plauso e riconoscimento di lungimiranza e di buona gestione al Comune di Imola e a tutto quel mondo imprenditoriale e cooperativistico che ha colto questa opportunità per sostenere in modo concreto la crescita del nostro sistema economico.

A loro va dato il merito di aver compreso le potenzialità dell’innovazione e investito per fornire e implementare quella cultura che, sola, può migliorare la competitività delle nostre imprese nel mercato globale.

Fiorenza Guarino

AGHAPE&DUERRE

*Ideazione, sviluppo
e organizzazione del Convegno*

MASSIMO MARCHIGNOLI

Sindaco di Imola

Il Sindaco di Imola rivolge in primis un saluto ai presenti ed inizia il suo intervento confermando l'importanza dell'incontro, un bilancio dell'attività di UNINETTUNO Polo di Imola, sorto esattamente un anno fa dalla collaborazione di un sistema di imprese della nostra città e del territorio e dalla direzione dell'Università Telematica, nella persona della professoressa Garito e del professor Nicoletti.

Tiene inoltre a precisare che è stata una decisione presa nella piena consapevolezza del fatto che ad Imola già ci fosse la presenza dell'Alma Mater di Bologna in particolari campi di studio. Si è voluto dotare il territorio di uno strumento che andasse incontro al sistema economico imolese e che fosse complementare e non alternativo alla già viva presenza dell'Università di Bologna.

Il Sindaco sottolinea l'importanza dei partner di questa iniziativa, oltre al Comune di Imola, il ConA.M.I., la Fondazione della Cassa di Risparmio di Bologna, la Cassa di Risparmio di Imola e il Credito Cooperativo Ravennate e Imolese, affiancate dalle principali società del territorio imolese, che sono il vero traino dell'economia territoriale, come la SACMI, la Cooperativa Ceramica di Imola, la Cooperativa TRE ELLE, la Cooperativa CEFLA, la AEPI, l'OMGM.

Si propone di vincere questa sfida, spiegando che oggi non è tempo di soli bilanci ma anche di creare una nuova consapevolezza che sia alla base di questo progetto. Si dice convinto che per affrontare e vincere le nuove sfide proposte dal mondo economico e sociale, il sistema d'impresa del circondario imolese si debba avvalere di tutti gli strumenti possibili per elevare il grado di conoscenza delle persone che vi lavorano. L'università telematica è un'opportunità per avere un contatto diretto col mondo universitario abbattendo gli ostacoli logistici, abbattendo barriere fisiche e sociali.

Il Sindaco è convinto che sia le imprese pubbliche che le imprese private, debbano trarre vantaggio da questa iniziativa partita con un corso di economia e che verrà prossimamente integrata con altri corsi relativi alla gestione dei servizi turistici e da un corso di esperto legale per l'internazionalizzazione delle imprese. Le imprese imolesi si affacciano sempre più spesso sui mercati mondiali ed il corso di esperto legale in sviluppo di internazionalizzazione delle imprese risponde a questa domanda.

Questi nuovi corsi si integrano inoltre con nuove attività che possono incrementare il settore terziario, ma anche al settore che comprende l'attività enoculturale, l'enogastronomia, la ristorazione alberghiera, settori in cui Imola già da tempo si è messa in luce, grazie anche al successo turistico derivato dall'autodromo, del cui futuro si deciderà nei prossimi giorni.

Essendo un'opportunità da non perdere per l'economia locale, si ha bisogno di

nuove professionalità, ed è un'altra conferma di quanto possa essere utile il nuovo polo dell'Università Telematica che ha la sede fisica nel complesso dell' Annunziata in Via Fratelli Bandiera, una zona prestigiosa e nel centro storico della città.

Il Sindaco è convinto che con questo nuovo progetto si darà un contributo all'obiettivo strategico generale; la "Città della conoscenza" come leva per una nuova fase di sviluppo fondata sulla qualità, non solo delle produzioni, ma sulla qualità delle persone e sulla qualità della comunità.

Questo è l'obiettivo di Imola, un obiettivo ambizioso ma possibile da realizzare: ecco il motivo dell'incontro di oggi.

Il Sindaco saluta e ringrazia augurando a tutti un buon lavoro.

FABRIZIO CASTELLARI

Vice Sindaco di Imola

Assessore Rapporti con Università

Ringrazio il pubblico presente per la partecipazione. Il quadro della presenza universitaria ad Imola, prima dell'ingresso di Uninettuno, è un quadro certamente prezioso, tutto sommato semplice e anche relativamente recente. Compirà dieci anni alla fine del 2007 ed è composto di alcuni corsi triennali legati all'Università di Bologna reso possibile dall'impegno concreto della Fondazione della Cassa di Risparmio e da una collaborazione importante con gli Enti Locali partita nove anni fa. I corsi sono arrivati al numero di sei più alcuni master ed alcune collaborazioni legate a diversi ambiti specifici della città.

Abbiamo accolto la proposta di Uninettuno ben sapendo che l'offerta di corsi di formazione telematici è abbastanza ampia e sarà sempre più ampia. Il Consorzio Nettuno è il genitore nobile di Uninettuno, cioè il luogo ove questa esperienza ha preso corpo. E' stato l'inventore dell'università telematica in Italia, il primo soggetto della formazione a distanza nell'ambito italiano.

Il Consorzio Nettuno è, come voi sapete, collegato ad oltre trenta università italiane che, in relazione fra loro, hanno deciso di proporre dei pacchetti di corsi di laurea a distanza, rispondendo ad una domanda che le università tradizionali sentivano. L'università a distanza nasce nel cuore delle università tradizionali e UNINETTUNO è dunque la prima espressione figlia di questa esperienza.

Perché un'azienda pubblica o privata, cooperativa o non cooperativa, dovrebbe scegliere, investire o proporre al proprio personale un percorso di laurea a distanza? Intanto, il quadro nazionale ci consegna un dato in cui risulta che nelle aziende italiane il numero di laureati è ancora molto basso rispetto alle aziende di altri Paesi europei. L'Italia è un Paese che sta cercando di riagganciare il treno della competitività. Questo è un dato che si ripercuote anche in un territorio evoluto come il nostro, evoluto anche nelle ambizioni e nelle aspettative, data la presenza di studenti e di corsi di laurea delle università tradizionali. Di solito, quando si pensa a una laurea a distanza, ad un apprendimento a distanza e ad una formazione a distanza, si pensa ad un pubblico di studenti già lavoratori. D'altronde è anche vero che c'è curiosità da parte di studenti appena usciti dalla scuola superiore per i corsi di laurea proposti.

Tornando al tema del perché debba essere un'azienda ad interessarsi di questa offerta, credo che per il proprio lavoratore l'opportunità della laurea a distanza sia un fatto importante. Lo è sia per l'azienda che per il lavoratore stesso. C'è anche l'opportunità di declinare in questa maniera una prospettiva di formazione permanente e formazione continua. Tutti sappiamo che oggi, un diplomato che entra in un posto di lavoro a 19 anni avrà sempre più bisogno, col passare del tempo, di nuovi tipi di formazione, dal momento che sono tantissime le cognizioni che il nostro tessuto econo-

mico richiede ai propri dipendenti per essere qualificati continuamente nel loro percorso lavorativo. L'università telematica a Imola propone una riqualificazione professionale che è offerta con un centro aggregativo che chiamiamo Polo Tecnologico.

Dal punto di vista dell'Ente Locale, siamo convinti di avere scelto, attraverso l'organizzazione del polo ad Imola, anche un punto d'appoggio fisico dove le aziende del territorio possano avere un incontro privilegiato con docenti e tutor.

Ciò che porta invece uno studente non direttamente incentivato da un'azienda a scegliere UNINETTUNO credo sia il motore che muova la ripresa degli studi o la continuazione degli studi a qualsiasi età della vita. E' certamente un motore che viene dall'interno, una sete di conoscenza che nasce dentro se stessi.

C'è poi un fatto da smentire, cioè che nella formazione telematica ci sia una eliminazione del confronto personale e del rapporto diretto. Si pensa sempre all'università ed alla formazione a distanza come un luogo dove il docente e lo studente non si incontrano mai. Non è così. C'è un'operazione di monitoraggio continua e c'è un confronto che avviene nelle sedi dei poli tecnologici.

L'università telematica è un'università che nasce per abbattere le distanze e per permettere a tutti di studiare nelle condizioni in cui ci si trova, compresa la più comune delle condizioni lavorative. Io credo che se un polo tecnologico nasce incarnando alcune materie specifiche, nel nostro caso "gestione dell'impresa", e gli altri corsi che oggi vengono lanciati, il fatto che vi sia un polo tecnologico ad Imola rappresenti un valore aggiunto anche per quello studente che non scegliesse dentro Uninettuno il corso di laurea che è attivo e che ha come sede quella imolese. Quindi credo che su questa strada continueremo a lavorare in modo da offrire il polo imolese quale luogo d'incontro a tutori e docenti e quale opportunità anche oltre i corsi che avranno fisicamente sede in Imola.

Terza e più importante prospettiva è quella di legare sempre di più l'università al territorio ed alle sue esigenze. Lavoreremo per insediare ad Imola quelle opportunità che dialogano soprattutto con il nostro sistema economico e sociale. In questa direzione uno su tutti è l'ingegneria informatica, un corso attivo dentro Uninettuno sul quale vorrei pensare si potessero costruire le condizioni per portarlo in futuro nel polo della nostra città.

L'ultimo aspetto del legame tra Uninettuno ed il territorio è quello di fare del polo imolese un luogo di formazione delle aziende che possa andare al di là di quel che può essere il mero corso di laurea. Ci può essere un'azienda che ha necessità di formare un gruppo di persone per un percorso specifico, perché necessita di un tipo di formazione che oggi non trova in sede e non trova lontano.

Credo che questa dovrà essere la flessibilità del polo tecnologico imolese, che esso possa rappresentare un punto di forza e un luogo dove le aziende sanno di poter contare per fare una formazione mirata. Questo sarebbe certamente un valore aggiunto per tutto il nostro sistema formativo ed economico.

SERGIO PRATI

Presidente Legacoop Imola

Coordinatore del Comitato promotore
per l'Università Telematica di Imola

Buongiorno a tutti, volevo fare alcune considerazioni a proposito del Polo Tecnologico dell'Università Telematica di Imola, che credo possa rappresentare un'opportunità aggiuntiva per il nostro territorio e per il suo sistema. Il circondario imolese è un territorio di primaria importanza nel panorama economico, quanto meno a livello della nostra regione, e vi sono insediate alcune realtà produttive che presentano un livello di specializzazioni molto importante. Anche molto differenziate tra di loro e d'eccellenze particolarmente significative nei rispettivi settori d'attività. Sostanzialmente un insieme di realtà produttive articolate nei vari settori da piccole e medie imprese e il mondo della cooperazione che è riuscita a realizzare un sistema virtuoso tra istituzioni democratiche, lavoro, bisogni sociali e ci hanno portato sia alla situazione di oggi con una grande ricchezza materiale, ma ancora di più con una grande cultura del fare e del fare insieme. Le nostre imprese, a partire dalle imprese cooperative, hanno da sempre al centro l'uomo. Più che il solo capitale, l'elemento chiave della competitività è sicuramente rappresentato dal capitale umano delle imprese, la formazione e le iniziative che intendono alzare il livello d'istruzione, rappresentano uno fra gli investimenti più importanti per il futuro di queste persone, ma soprattutto per il futuro delle imprese stesse.

L'Università Telematica si rivolge principalmente a persone che lavorano, ma non solo, questo è il dato che possiamo valutare in base all'iscrizione ai corsi, che intendono migliorare il livello di conoscenza ed elevare il grado d'istruzione, la cultura e le competenze. Il nostro paese deve sicuramente incrementare il livello d'istruzione dei propri cittadini per stare al passo dei grandi paesi dell'Unione Europea.

Le sfide che il nostro territorio deve affrontare sono particolarmente impegnative, per riuscire dobbiamo cercare di mettere in campo tutti insieme le risorse migliori di cui disponiamo e molti testi spiegano che l'impresa eccellente è quella che sa attrarre non solo capitali ma anche talenti. Noi dovremo sempre di più promuovere e offrire un buon ambiente coeso e stimolante, che offra opportunità e prospettive per riuscire a trattenere le nostre risorse migliori, ma anche cercare di attrarre nuove risorse provenienti da altre realtà; questo dapprima attraverso il nostro sistema d'istruzione, poi con il nostro sistema imprenditoriale e infine con quello che la comunità locale è riuscita a mettere in campo. Io credo che fra tutto questo il Polo Tecnologico di Imola possa rappresentare indubbiamente un elemento qualitativo e aggiuntivo di particolare rilievo.

Essere riusciti ad insediare ad Imola il Polo Tecnologico, grazie all'iniziativa del Comune di Imola, rappresenti un primo significativo risultato, un primo obiettivo che possiamo dire di avere raggiunto. Credo che ancora una volta si è dimostrato che

quando si riesce a creare un sistema tra pubblico e privato, inteso come imprese private e imprese cooperative, anche su questo territorio si riescono ad ottenere dei risultati importanti e credo che questo potrebbe rappresentare una sorta di chiave di lettura per cercare di affrontare, come abbiamo fatto in questo caso, anche altre situazioni e altri problemi.

Un risultato importante è stato raggiunto, per cui possiamo definirlo un primo punto di approdo, ma soprattutto questo deve rappresentare un punto di partenza, anche perché non possiamo dichiararci pienamente soddisfatti di questi risultati raggiunti, pur importanti, e dobbiamo andare avanti, continuare a migliorare, riuscire a raggiungere nel modo più esaustivo possibile i nostri interlocutori, fare conoscere sempre più in maniera compiuta quali sono le offerte, le modalità, attraverso il Polo Tecnologico, ovviamente incrementare il numero degli iscritti con un occhio di riguardo ai lavoratori, ai soci delle nostre imprese, agli enti operanti su questo territorio.

Come ulteriore elemento concreto è il fatto di essere passati da un primo corso a più corsi, di cui si è già parlato anche prima, ma credo che il vero successo del Polo Tecnologico deriverà soprattutto da come e quanto saremo in grado di mantenerlo legato al nostro sistema imprenditoriale e alle sue esigenze, in particolare a quelle maggiormente innovative, per cui continuiamo a far crescere le risorse umane all'interno delle nostre aziende e di conseguenza faremo crescere le aziende stesse e la nostra comunità.

MARCO NOVARESE

Docente di Economia Università del Piemonte Orientale

Oggi si parla sempre più di conoscenza e formazione. Questo è sicuramente positivo, ma anche molto rischioso, perché si può finire per banalizzarne i significati e di conseguenza perdere la capacità di intuirne l'effettivo significato e ruolo. Ciò è possibile anche perché il concetto di conoscenza è da un lato ovvio, chiaro a tutti, ma dall'altro assolutamente vago, difficile da definire in termini pratici e quindi da misurare e da inserire all'interno di modelli e analisi formali. Le analisi quindi percorrono sempre un cammino sul filo del rasoio, con il rischio di cadere nell'ovvio o nell'infinito.

A volte, comunque, anche le cose ovvie sono utili da ricordare. Vorrei iniziare proprio da una favola perché è sempre bene partire dalle cose facili (l'esempio è una rielaborazione di uno spunto tratto da Wheelan, 2002). Immaginiamo una fattoria sperduta nella campagna o su un'isola. La fattoria è autosufficiente. Tutte le persone che vi abitano, devono però lavorare per sopravvivere. La terra disponibile produce cibo appena sufficiente per mantenere i suoi abitanti. Nessuno vive particolarmente bene. Non c'è alcun surplus. Tutti i compiti necessari alla vita, dalla produzione di cibo a quella di abiti, alla manutenzione della casa, sono svolti dagli abitanti della famiglia. Immaginiamo che in questa fattoria arrivi una persona in cerca di lavoro. Non ha alcuna competenza particolare ed è disposto a svolgere qualunque occupazione. La fattoria non può, però, offrirgli nulla. Tutta la terra è coltivata e tutti i compiti necessari sono già svolti da qualcuno. Non c'è pane per sfamare altre bocche. Immaginiamo ora che questa persona in cerca di lavoro sia un esperto agronomo. Una persona di questo tipo possiede quello che si definisce capitale umano: le sue conoscenze e capacità. Questa persona può ora essere utile. Può insegnare alle persone della fattoria come ottenere una produzione maggiore, a parità di terra. Può insegnare cioè a ottenere un surplus agricolo. Tale surplus può permettere a lui di vivere e alla fattoria di ottenere comunque una produzione maggiore. Il surplus può permettere, ad esempio, di pagare anche il lavoro dell'esperto di allevamento che si offre di occuparsi degli animali della fattoria, oppure di consentire a qualcuno dei figli degli abitanti della fattoria di studiare per imparare nuove cose.

Questa è una metafora, storico-logica dell'evoluzione della ricchezza e della società umana: un surplus permette a qualcuno di occuparsi di studiare e di produrre nuova conoscenza, cosa che permette di incrementare ulteriormente la ricchezza. Questi due nuovi lavoratori permettono alla fattoria di vivere meglio. A differenza del lavoratore generico trovano lavoro anche in una situazione così difficile. Hanno delle capacità non comuni.

Possiamo immaginare che questa fattoria sia un'impresa, e la morale della

favola diventa: anche in una situazione di piena occupazione, c'è sempre idealmente posto per nuovi lavoratori che sono in grado di produrre un surplus, ovvero di creare nuova ricchezza. E' quasi tautologico. Il problema reale è quando un nuovo lavoratore è in grado di creare nuova ricchezza? A questa domanda si può provare a rispondere in molti modi. E' chiaro che il surplus può avvenire, ed è una questione contabile che indica una chiara realtà, in due modi: aumentando il fatturato e/o riducendo i costi, cioè inventando nuovi prodotti, nuovi clienti, nuovi mercati, nuove tecniche organizzative o produttive. Questo è solo un modo per spostare il problema.

In questo intervento posso provare a delineare alcuni fattori (con una specifica attenzione al tema della formazione, tralasciando altri temi molto rilevanti, ma meno legati a questo problema) che possono rappresentare un problema o uno stimolo nella direzione dell'incremento di ricchezza. Torniamo al nostro agronomo che arriva nella fattoria. Ha le capacità di migliorare e incrementare la produzione, però: la fattoria è in grado di accoglierlo? E' in grado di capire cosa può offrire? E' in grado di adattare le pratiche a quelle che possono essere le nuove necessità imposte da una diversa organizzazione produttiva? Forse non è facile, perché, ad esempio, il vecchio contadino che ha sempre fatto le cose in un certo modo, non è in grado di cambiare magari il suo comportamento, in certe situazioni, può essere diventato assolutamente meccanico e inconsapevole, e quindi immodificabile a livello tecnico e di rapporti gerarchici e personali con gli altri. In termini più generali l'innovazione, infatti, coinvolge generalmente tutta un'impresa e richiede un'attitudine molto specifica. Non è sempre possibile cambiare una parte dell'impresa, lasciando il resto intatto e immutato, perché la conoscenza di un'impresa è data anche da pratiche e modalità di interazione diffuse al proprio interno che coinvolgono tutti i suoi dipendenti e che rappresentano la modalità con cui tenere insieme specializzazioni diverse. Le imprese conoscono benissimo questo problema, che ha una diversa lettura. L'intervento dell'agronomo può portare a rendere non più necessari alcuni vecchi lavoratori. L'incremento della produzione agricola rende inutili alcuni lavoratori che prima erano indispensabili.

Si può anche immaginare un altro esempio. Arriva nella fattoria un nuovo agronomo che conosce tecniche nuove e più avanzate. Le conoscenze del primo agronomo sono ora obsolete. Le nuove tecniche, d'altra parte, garantiscono una produzione maggiore. C'è più ricchezza disponibile. Possono nascere nuove professioni e nuovi prodotti. Il problema, nel breve, però è: i contadini licenziati possono rientrare nel processo produttivo? L'agronomo obsoleto può inventarsi un altro lavoro? In alcuni casi la risposta può essere positiva. Abbiamo visto come il sistema tayloristico, ad esempio, richiedesse lavori privi di capacità, bastava un minimo livello di intelligen-

za. Più i sistemi evolvono, però, più è facile che la risposta sia negativa. Una persona non dotata di capitale umano difficilmente è in grado di rientrare nel processo produttivo. Nessuno lo assumerà e non sarà capace, da solo, di inventarsi un lavoro (l'imprenditorialità è la strada alternativa alla soluzione del problema lavoro).

Abbiamo visto che un lavoratore molto qualificato si può introdurre con maggior facilità nell'impresa, anche quando questa non ha bisogno di manodopera, ammesso che sappia e voglia riconoscerne le eventuali, potenziali capacità. Per fare un esempio più concreto e al di fuori della favola/metafora: l'introduzione dei PC da un lato permette di automatizzare molti lavori che prima richiedevano l'impiego di persone. Questo riduce i costi, richiede alcune capacità nuove; ma le capacità nuove realmente necessarie e utili non sono tanto o solo la capacità di utilizzare un personal computer. Avere un archivio informatico dei pagamenti dei clienti, mette a disposizione una miniera di informazioni sui loro gusti e caratteristiche. Per utilizzare queste informazioni servono capacità analitiche che vanno molto oltre la competenza di maneggiare un PC. La presenza di personale con una migliore formazione, rende a sua volta più facile inserire questo nuovo fantomatico lavoratore, perchè i cambiamenti che la sua presenza può imporre sono più facilmente realizzabili quanto più flessibile è l'impresa stessa.

Considerazioni di questo tipo valgono anche quando la nuova conoscenza non è portata dal fantomatico nuovo dipendente, ma è acquisita dall'esterno o sviluppata all'interno. La letteratura più recente sull'innovazione tecnologica, inoltre, tende a osservare che per acquisire tecnologia e capacità dall'esterno, servono conoscenze interne. Banalmente, la nostra fattoria difficilmente potrà imitare le tecniche produttive avanzate dei loro vicini, senza un tecnico capace di comprenderle. Questo significa che magari i brevetti sono una protezione legale, che serve, ma che serve solo contro qualcuno: chi non ha le capacità tecniche e organizzative di cambiare, non sarà in grado di imitare.

Guardando la cosa in una prospettiva diversa, come ci dirà l'ingegner Sandrini: se il nostro lavoro è vendere tecnologia, dobbiamo mettere in grado i nostri clienti potenziali di capire quello che stiamo loro offrendo. In maniera più ampia, la stessa cosa vale per tutti i prodotti. Così come c'è una specializzazione nel lavoro, c'è anche, inevitabilmente, una specializzazione nei consumi. Un consumatore non può conoscere tutti i beni, non ha tempo e capacità di farlo. Se vogliamo vendergli qualcosa che per lui è nuovo e diverso, dobbiamo metterlo nelle condizioni di conoscere e capire. Questo richiede che la conoscenza circoli internamente ed esternamente. Anche perché un lavoratore che ha una nuova idea e non riesce a realizzarla internamente, maga-

ri perché parla un linguaggio diverso dagli altri, tenderà magari ad andarsene. Alcuni economisti hanno osservato empiricamente come molte nuove imprese nascano per questo motivo, che è sempre più importante nella nuova economia. Altri studi indicano che le comunità di pratica e l'e-learning possono essere uno strumento per fare circolare conoscenze e informazioni, internamente ed esternamente. Migliora il sistema economico e le imprese ne beneficiano.

In tutto questo c'è una sfida per tutti, a partire dal sistema formativo, perché ci sono diversi livelli di apprendimento e conoscenza ai quali ho fatto cenno in questa presentazione e che è bene chiarire e chiarirsi. Un primo livello è caratterizzato da un qualche grado di meccanicità: imparo che se il semaforo è rosso devo fermarmi, ma anche che per fermarmi, in auto, devo premere su quel pedale, che per produrre un certo bene ho bisogno di date materie prime, che quando suona un campanello devo muovere una leva, che i prodotti di un certo tipo si vendono a certe persone e in certi momenti dell'anno. Questo è vantaggioso, perché si impara a interagire meglio in quel contesto. Imparo che se produco un bene con un dato pezzo di colore rosso, lo vendo di più. Così imparo a creare prodotti che si vendono maggiormente. Quella conoscenza vale in quello specifico ambito e magari vale anche in altri contesti vicini. Allora è positivo estendere e generalizzare quanto ho imparato in un contesto. E' utile generalizzare l'idea che un segnale rosso, indica di fermarmi: che sia un semaforo, uno stop, una paletta dei vigili, una luce sull'ascensore o un disegno sul televisore; a volte però, si tende ad estendere quanto assimilato anche in contesti in cui le regole apprese inizialmente non sono valide: se devo fermare un toro e gli mostro un drappo rosso!

Questo è un esempio scherzoso e paradossale di quella situazione, che la letteratura economica e manageriale ha indicato come "la trappola del successo" in base alla quale si rimane intrappolati in pratiche (ad esempio organizzative) che si sono rivelate utili e profittevoli, ma che, al cambiare delle condizioni esterne non lo sono più. Questa trappola nasce proprio perché i comportamenti diventano inconsapevoli e perché non ci si rende conto del cambiare delle condizioni. Da questo punto di vista, quando si impara qualcosa si diventa meno liberi (di fare nuove scelte). In realtà, ci sono ulteriori livelli, possibili, di apprendimento, che permettono di comprendere le condizioni a cui applicare procedure e scelte, e di diventare quindi consci delle abitudini e capaci di governarle. Non è una cosa facile, ma anche a questo deve tendere la formazione: almeno quella superiore, insieme all'apprendimento continuo.

In genere la nascita della scienza economica è legata al nome di Adam Smith, filosofo morale scozzese vissuto nel 1700 e grande teorico del liberalismo. L'analisi di Smith, in effetti, parte da un problema che è di conoscenza. La divisione del lavo-

ro garantisce una produttività molto elevata anche perchè permette la specializzazione, ovvero l'acquisizione di competenze e capacità specifiche. La divisione del lavoro, con l'aumento di produzione determinato, richiede mercati ampi: da qui nasce la necessità del liberalismo economico, in modo da garantire che i capitali possano circolare verso i settori che gli imprenditori ritengono più produttivi; la conoscenza è dispersa e non è quindi utile centralizzare le decisioni; chi innova lo fa grazie a capacità superiori, che possono resistere a lungo anche all'imitazione garantendo dei quasi monopoli che sono, in questo caso, accettabili. Da subito, quindi, le riflessioni sull'economia, sulla ricchezza e sul benessere si legano alle riflessioni sulla conoscenza, sulla sua creazione e diffusione. Ai tempi di Smith, l'equazione era semplice: più specializzazione del lavoro, più conoscenza limitata, più produttività, più ricchezza. Smith, però, individua già la dicotomia che poi, in modi molto differenti, si ritrova in una letteratura molto ampia e diversa: apprendere è vantaggioso, rende sempre più bravi a fare una determinata cosa, ma crea, d'altra parte un problema: rende sempre meno capaci di farne altre. E' il problema dell'alienazione che sarà poi sviluppato soprattutto in termini sociali dal marxismo e che è, prima di tutto, un problema di conoscenza.

C'è apprendimento e apprendimento o meglio, livelli diversi. Per provare a comprenderne la natura, può essere utile considerare, in termini molto sintetici e stilizzati, con tutti i rischi che questo comporta, l'analisi di uno studioso, a sua volta, molto eclettico: Gregory Bateson. Egli individua diversi livelli di conoscenza che si pongono in un rapporto gerarchico, da un livello basso fino a quelli superiori. Il primo livello è legato a forme di apprendimento molto diverse ma tutte caratterizzate da un qualche grado di meccanicità: imparo che se il semaforo è rosso devo fermarmi, ma anche che per fermarmi, in auto, devo premere su quel pedale, che per produrre un certo bene ho bisogno di date materie prime, che quando suona un campanello devo muovere una leva (la conoscenza dell'operaio di Smith), che i prodotti di un certo tipo si vendono..., ecc. Questa conoscenza viene magari estesa, generalizzata e diventa inconscia, però tutto ciò determina la trappola del successo. Apprendere non è solo questo: significa anche imparare a riconoscere quando il mondo cambia e a riconoscere che un determinato successo è frutto di particolari contingenze, occorre quindi a saper continuare a ricercare e ad innovare. Dicevo di Smith, è importante anche la sua analisi sulla diffusione della conoscenza, mentre, sostiene sempre Smith, i segreti commerciali (c'è un mercato particolarmente profittabile) si diffondono rapidamente, la conoscenza tecnica è molto più difficile da imitare e quindi da trasferire; ci sono, cioè, capacità che possono essere difficilmente copiate se non si ha un certo retroterra culturale.

MAURO SANDRINI

Università di Teramo

Buongiorno a tutti, ringrazio il professore che mi ha preceduto e che ci ha fornito lo scenario teorico a ciò che tenterò di comunicarvi e che riguarda il tentativo di riconfigurare un'etichetta che è spesso abusata e che viene chiamata E - learning.

L'E- learning, appunto, è un'etichetta che copre cose fra loro molto diverse: un software, un modo di imparare un argomento nuovo, oppure può essere un processo organizzativo. In questo caso, che è quello su cui concentrerò questa presentazione, esso può essere orientato direttamente al miglioramento dei risultati economici di un'azienda in termini misurabili e concreti, non solo come buon auspicio di tanta letteratura sull'economia della conoscenza ma come leva strategica di marketing.

Proverò a portare la mia visione di ciò e a tradurla con un esempio concreto che, tra l'altro, è quello che stiamo realizzando (OpenConsulting) presso SACMI. In pratica stiamo collegando due processi finora separati: la formazione (attraverso l'E-learning) ed il marketing. Nonostante l'associazione tra E-learning e marketing possa sembrare strana, entrambi hanno a che fare con il processo di apprendimento delle persone, siano essi visti come appartenenti ad una organizzazione o costituenti un mercato in quanto potenziali clienti.

Partiamo da un fatto: il marketing è un processo che è legato al prendere una decisione, quella di acquistare un bene o un servizio. Cosa caratterizza questo processo? Il fatto che per poter operare la mia decisione ho bisogno di imparare, almeno un po', gli elementi base che vado a comprare **prima** di emettere l'ordine. Se devo prendere delle **decisioni su qualcosa che conosco poco** comincio a cercare informazioni o consigli, e questo è l'elemento di collegamento tra il processo di formazione tradizionale e quello di Marketing. Perché è con la ricerca consapevole di informazioni che inizia il processo di apprendimento che ci interessa.

Il problema del Marketing è di riuscire ad intercettare la domanda del potenziale cliente. Quando parlo di Marketing non parlo mai di mercato o di segmenti di mercato, target. Alla fine di ogni decisione d'acquisto e ad ogni inizio, c'è un individuo che prima cerca informazioni sulla soluzione al suo problema e solo dopo al prodotto associato alla soluzione.

Prendiamo in considerazione, per esempio, la vendita di un trapano o un macchinario complesso: all'origine di ogni acquisto c'è sempre un individuo che prende o non prende la decisione di emettere l'ordine. Chi prende la decisione spesso ha bisogno di informazioni aggiuntive, di capire - almeno un po' - se davvero ciò che ha di fronte gli può essere utile per risolvere il suo problema.

Se ciò è vero in generale è ancora più vero per il **marketing dei beni industriali** che è centrale per aree, come il territorio locale in cui ci troviamo oggi. Questo,

infatti, è un territorio la cui economia industriale è caratterizzata da distretti forti che sono molto radicati nell'ambito della produzione dei beni industriali.

Il marketing dei beni industriali, oggi è ad uno stadio veramente primordiale, nel senso che si fanno le stesse cose che si sono fatte negli ultimi trenta o quaranta anni: si va alle fiere, si organizza la forza commerciale ma sostanzialmente il non detto, che soggiace a tutte le azioni di marketing che si sviluppano, è **il paradigma del rompere le scatole al potenziale cliente**, fino a quando quest'ultimo, chissà per quale, motivo dovrebbe cedere e firmare un contratto.

Francamente credo che siamo arrivati alla fine di questo processo, non nel senso che da domani le aziende che hanno operato così fino ad oggi termineranno di utilizzare questo sistema, ma nel senso che, così come si arriva ad una saturazione di mercato, si arriva anche ad una saturazione di un modello operativo. Quello del marketing attuale è un modello operativo che, tutto ciò che poteva dare lo ha già dato: non è suscettibile di ulteriori innovazioni semplicemente. Tutti hanno imparato (si spera almeno) a farlo bene e lo fanno in una maniera ormai standardizzata. Questa modalità è arrivata o sta arrivando alla fine del suo percorso. Ora è il momento in cui bisogna trovare nuove strade. Il marketing dei beni industriali non finisce ma, semplicemente, deve cambiare perchè **sta cambiando il modo con cui le persone iniziano il loro processo d'acquisto**, che tende, soprattutto all'inizio a cercare di orientarsi nella scelta.

Se parliamo di beni industriali (che non sono tavoli o lampadine ma generalmente sono beni complessi, difficili da spiegare anche per gli agenti commerciali delle aziende) e, per fare un esempio, proviamo a considerare la vendita di un trapano, non possiamo pensare di convincere il resto dell'umanità che il mio trapano sia il migliore del mondo e quindi da acquistare a prescindere. Sto parlando di una differenza che consiste nello spiegare, invece, a chi ha necessità di fare un buco, per quale motivo il mio trapano è fatto per fare quel buco nel modo in cui il potenziale cliente vuole che quel buco sia fatto.

Le persone, anche in un mercato saturo di trapani, continuano ad avere necessità di fare di buchi, quindi il passaggio è da un Marketing di prodotto ad un Marketing che è orientato a fornire informazioni di qualità sulla soluzione che il prodotto è in grado di offrire. Questo significa educare il cliente ed educarlo in una fase molto preliminare o il più possibile preliminare.

In questo processo accadono varie cose interessanti che emergono se lo consideriamo come un processo cognitivo anziché commerciale e basta. Se sto cercando un trapano e il mio mestiere, invece, è quello di fare tutt'altro, la prima cosa che faccio è

cercare **di capire qualcosa di più** e non ho bisogno di un venditore (anzi non lo voglio!). Prima di acquistare voglio capire qual è il modo in cui posso fare il buco che mi serve, a questo punto se di fronte ho una platea di potenziali offerenti che cercano di convincermi che è il loro è il trapano più bello del mondo e nessuno, invece, mi spiega come fare i buchi capite che io continuo **a non essere aiutato nella mia scelta**. Una scelta che ho necessità di fare comunque e, poiché non trovo aiuto da parte dell'offerta, magari la faccio casualmente o per passaparola. Se, invece, tra le aziende che offrono prodotti c'è ne una che non vende il prodotto direttamente ma spiega come posso fare un buco fatto bene, allora comincio ad orientarmi e da lì parte l'aggancio con l'**E-learning**. Si tratta veramente di uscire dal paradigma tradizionale, dal consueto modo di comunicare che hanno utilizzato le aziende fino ad ora. Si tratta di passare dal tentativo di convincere a tutti i costi ad una modalità che semplicemente spiega come si può raggiungere l'obiettivo che il Cliente sta perseguendo, ovviamente in un modo che è allineato ai prodotti e ai servizi che sto offrendo.

Tutto ciò può sembrare teoricamente un po' complicato, in realtà diventa molto semplice quando ci si trova a farlo per davvero. Una paura che spesso appartiene alle aziende è quella che dell "divulgare troppe informazioni ai potenziali clienti all'inizio della fase di vendita" mentre se si resta sul piano della comunicazione tradizionale non si corrono questi rischi. Da ciò consegue che la scelta attuata dai reparti marketing è - in modo più o meno elegante a seconda dei casi - di "raccontar balle". In questo momento, infatti, i presunti segreti industriali verranno tutelati al 100%. Peccato però che le vendite non beneficeranno di questo approccio.

L'altra opzione è quella del marketing che sfrutta i processi di apprendimento in divenire del potenziale cliente. Si parte dal fatto che, forse, è meglio raccontare come vanno fatti i buchi, perché è il mio mestiere perché ho un know how eccezionale sul come fare buchi, infatti costruisco macchinari/trapani apposta.

E' nella fase preliminare ad un possibile acquisto, in un processo di apprendimento, a distanza o non a distanza, che si accende una relazione tra chi offre spiegazioni sulla soluzione e chi sta cercando una soluzione e impara. **Si scatena una relazione** che è la stessa che esiste tra studente e docente, tra paziente e medico. E' una relazione in cui, **se le informazioni che fornisco sono utili** e vengono riconosciute come utili, c'è un riconoscimento di autorità. Un'autorità che bisogna guadagnarsi, si può raggiungere provando ad abbandonare un po' le vecchie certezze, provando a smettere di pensare che il nostro prodotto è il migliore del mondo. Il vantaggio competitivo vero, oggi, è quello di riuscire a produrre ogni giorno una piccola innovazione.

Uno studioso di processi organizzativi, Richard Normann, che una volta tanto non è americano ma è svedese, afferma che “il modo migliore di acquisire nuovi clienti o di stabilire relazioni che possono essere feconde per il futuro, è quello di permettergli di scegliere addirittura di essere infedele”. Come dire che dobbiamo essere consapevoli che il nostro potenziale cliente non pensa come pensiamo noi. Non so qual'è la vostra sensazione quando ad esempio entrate in un negozio e la commessa o il commesso cercano di abbindolarvi, di utilizzare la seduzione a tutti i costi, oppure quando vi trovate davanti ai modi che utilizzano le forze commerciali delle aziende per vendere i loro prodotti. Personalmente provo un senso di fastidio e di disturbo.

E' un metodo che può dare dei risultati a breve termine ma è un approccio primitivo rispetto ad iniziare una relazione che sia una relazione di libera scelta. Forse è capitato anche a voi di tornare a casa la sera e verso le 8 e mezza quando, appena stramazzati sul divano dopo una giornata estenuante, squilla il telefono e vi vengono proposte da una signorina del Telemarketing le cose più assurde. In questi casi la mia reazione varia a seconda delle sera, ma non è mai positiva.

Questo modello è esattamente lo stesso che inquina il modo con cui le aziende continuano ad andare sul mercato oggi ed è, purtroppo, generalizzato. Tutto ciò, però, **apre degli spazi smisurati a chi ha il coraggio di pensare o di sperimentare** la via di cui ho parlato prima, quella di aiutare chi sta cercando quello che ho da offrire a capire se gli può servire o meno. Significa abbandonare tutti i “trucchetti” del marketing. Apro una parentesi e la chiudo: **questo, forse, è il trucco più grande del marketing, quello di provare a raccontare la verità**. Possono sembrare belle frasi o ragionamenti un po' astrusi ma lo stiamo facendo in SACMI: insieme a loro abbiamo realizzato questo prototipo che serve per la formazione di alcuni agenti e insieme stiamo pensando a come implementare quel modello di cui vi dicevo prima, stiamo cercando di anticipare l'esperienza che il cliente ha del prodotto dopo averlo acquistato alla fase di prevendita con benefici immediati sia sulle vendite che sulla soddisfazione del cliente.

MAURO BERANTELLI

Direttore Sviluppo del Personale, Sacmi Imola

Il mio approccio è diverso, è un approccio da uomo d'azienda e soprattutto da uomo che si occupa delle risorse umane. Ho una traccia d'intervento, però alcune riflessioni che sono state fatte mi portano ad alcune considerazioni che, secondo me, ci legano di più all'argomento del giorno. In primis quello che diceva il professor Novarese: la conoscenza del prodotto e la conoscenza del mercato, questa è un'iniziativa che fa conoscere UNINETTUNO sul territorio, una realtà che non era così diffusa, almeno questa è la sensazione di una persona del territorio che comunque si occupa di risorse umane. L'altro discorso, che mi lega abbastanza all'intervento di Castellari, è quello di dire che l'interesse dell'azienda è per la formazione e lo sviluppo delle proprie risorse, ma nell'interesse dell'azienda c'è anche la necessità di un appoggio fisico per la formazione nel territorio, senza andare nei soliti posti lontani. Il fatto che UNINETTUNO si possa eventualmente trasformare anche in una scuola di formazione, in un supporto di master o in un supporto d'azienda, per SACMI, ma penso per tutte le aziende del territorio può essere un vantaggio e quindi ben venga la vicinanza sul territorio di alcuni corsi di laurea.

Il mio approccio sull'e-learning è molto diverso rispetto all'intervento proposto dall'ing. Sandrini, un approccio dal punto di vista della storia della formazione e della storia dello sviluppo delle risorse umane di SACMI. Secondo me quindi, e non me ne voglia il prof. Sandrini, l'e-learning è uno dei tanti strumenti per fare formazione all'interno dell'azienda. Il perché nasce la necessità di utilizzare questo strumento, a mio parere, è prima di tutto per un problema quantitativo, nel senso che le aziende sono tante e sono in diversi luoghi, quindi ci sono necessità diffuse in luoghi diversi. A mio avviso, la necessità è che la conoscenza non sia di "pochi" e non sia di "tanti" e che sia tendenzialmente uniforme proprio per salvaguardare il patrimonio dell'azienda. Questa è la finalità che io vedo come uomo della formazione. L'altra cosa che è ancora più difficile, che sarà un problema dell'università ma anche nostro, sarà quello di monitorare gli effetti dell'apprendimento con queste tipologie di formazione, un problema che comunque esiste con qualsiasi tipologia di formazione, anche con quella più tradizionale fatta all'interno delle aziende.

Avendo rovesciato completamente l'intervento, faccio un attimo la storia dell'evoluzione della direzione del personale all'interno di SACMI. Innanzitutto è una cooperativa, quindi l'attenzione alle risorse umane mi pare che sia insita nella caratteristica societaria di questa azienda, per cui il lavoro del responsabile del personale di SACMI in questo senso è facilitato. Non vorrei fare il profilo cooperativista, però sicuramente le aziende di successo hanno un forte sviluppo di queste caratteristiche nelle risorse umane, si è creato un humus che permette di lavorare in questo senso. La

direzione delle risorse umane in SACMI, ma credo anche delle altre aziende della zona, ha una storia recente: quindici o venti anni fa non esisteva la possibilità di formazione aziendale di questo tipo, quindi il problema è stato quello di organizzare una gestione delle risorse in modo diverso e in modo, passatemi il termine, "scientifico" rispetto ad approcci più tradizionali. Il problema è quindi quello di organizzare un approccio all'interno dell'azienda e darsi degli obiettivi di fondo che guidino questo processo di apprendimento e di sviluppo delle persone.

SACMI è una realtà particolare, anche prima citavamo i numeri dei laureati all'interno delle aziende, e in SACMI per le caratteristiche dei prodotti e per la scelta impiantistica fatta dalla società, il numero dei laureati è sensibilmente maggiore rispetto ad altre società simili: circa un 20% delle persone che sono all'interno di SACMI sono laureate, il 60 % degli altri lavoratori hanno un diploma di scuola media superiore. L'altra caratteristica che secondo me è stato il nostro punto di forza, è che SACMI ha una mentalità molto tecnica, una mentalità di sviluppo verticale della carriera della risorsa uomo all'interno della propria struttura e una conseguente necessità di formazione. SACMI ha avuto sempre un'attenzione ai processi di apprendimento, di addestramento e di formazione delle persone. La necessità formativa è sempre stata principalmente quella ad uso manageriale, quindi cercare di capire cosa c'è a monte e a valle del proprio lavoro e cercare di capire le ripercussioni che questo tipo di lavoro ha sulla realtà circostante. La formazione è stata impostata in questi termini anche per esigenze legate allo sviluppo del business e delle tecnologie, quindi necessità primarie per un'azienda che fa impianti, gestione d'impianti e impianti complessi. La nostra impostazione, dicevo, è stata appunto quella di dare ai dipendenti una maggiore conoscenza possibile nel proprio settore, che permettesse di aprire una visione sulle situazioni e sui processi all'interno dell'azienda. L'altra nostra scelta di fondo è stata quella di puntare ad un'individuazione di competenze necessarie per svolgere questi tipi di processi. Essendo SACMI un'azienda che ha un grosso numero di laureati, uno dei nostri problemi è quello di dare sbocchi alle aspettative di questi ultimi.

Riguardo all'utilità di UNINETTUNO, penso che la possibilità d'iscrizione permetta di acquisire conoscenze aggiuntive e specializzazioni a prescindere dal titolo di studio che uno può avere e deve essere uno strumento per acquisire conoscenze diverse legate sia alle persone che all'azienda; quindi cognizioni che tendano ad obiettivi per lo sviluppo di processo o lo sviluppo di business.

GIORGIO NICOLETTI

Responsabile Polo Tecnologico di Imola Uninettuno

A seguito dell'intervento del prof. Novarese, ci tengo a precisare che sono anch'io un matematico, ma non ho mai consigliato a nessuno di dedicarsi all'agricoltura, visto che prima della mia attuale attività d'insegnamento, ero professore alla Facoltà di Agraria. Questo per presentarmi e per dire che sono competente in materia d'apprendimento; è trent'anni che cerco di trasferire ai miei studenti un qualche interessamento su una materia che non è particolarmente gradita.

Sono qui per quelle strane combinazioni della vita. Alcuni anni fa mi è capitato di presiedere la facoltà di Economia e di dare vita a due iniziative che avevano suscitato lì per lì una qualche perplessità da parte dei colleghi. Mi riferisco prima di tutto all'iniziativa didattica a distanza con il Consorzio Nettuno. In quel tempo, si parla di una decina di anni fa, si aprivano i corsi di economia del Consorzio Nettuno. L'altra iniziativa era quella dei corsi serali. Devo dire che non c'era grande convinzione da parte dei colleghi, ma comunque si lasciarono coinvolgere e io fui il primo a scoprire che c'eravamo rivolti ad un bacino d'utenza che era particolarmente vasto e attento. Nel corso degli anni si è radicata questa attenzione alla formazione, tramite una categoria di studenti abbastanza variegata, in gran parte costituita da persone che già sono inserite nel mondo del lavoro, alcuni dei quali hanno dovuto abbandonare gli studi o non hanno potuto nemmeno intraprenderli. Ma ci sono anche altre due ali, seppure minoritarie, agli estremi. Alcuni sono giovani usciti da poco dalla scuola media superiore e che si rivolgono a questi strumenti non convenzionali di formazione per varie ragioni che impediscono loro di rivolgersi alla università tradizionale e alla formazione tradizionale. Vorrei precisare questo termine formazione più che università. Ma c'è anche un'altra frangia, quella dei pensionati. È già una decina d'anni che ci capita di laureare almeno uno o due persone all'anno oltre i 65 anni, c'è stato anche un generale in pensione e due colonnelli. Quindi la necessità personale interiore di continuare ad aggiornarsi, non necessariamente per ottenere un titolo di studio, è un fatto estremamente diffuso, ma che le strutture formative tradizionali non percepiscono abitualmente.

Lo ammetto, noi con la facoltà di Economia arrivammo a questi progetti per caso, ma convinti che non si debba abbandonare un'esperienza quando, anche se pur casualmente, è risultata positiva. Quando due anni fa il Consorzio Nettuno si propose al Ministero come Università Telematica, ecco che allora io chiesi alla professoressa Garrito, che è il Direttore del Consorzio, di poter salire su questo convoglio, poiché ritenevo e ritengo che tale progetto avesse degli obiettivi molto importanti. L'Università Telematica UNINETTUNO è poi stata approvata dal Ministero e ha avuto nell'aprile dell'anno scorso sette corsi di laurea. Abbiamo poi cominciato a

guardarci attorno per vedere come accompagnare la formazione a distanza con delle strutture, assolutamente necessarie, dalla sede legale che è a Roma. Mentre ci stavamo chiedendo come e dove aggiungere opportunità ai nostri futuri studenti, ecco che siamo stati avvicinati dal Sindaco di Imola che ci ha proposto di creare un Polo in Imola, che consentisse uno sviluppo organico di attività formativa. Le cose sono state immediatamente sviluppate, a gennaio dell'anno scorso fu firmata la convenzione e immediatamente messi a disposizione i locali. A giugno siamo diventati operativi e, nel frattempo, si sono iscritti nell'allora unico corso di Laurea in Economia e Gestione delle Imprese, 150 studenti da tutta Italia. Ad oggi altri 140 si sono iscritti per il secondo anno accademico ed abbiamo ora 290 iscritti. Iscrizioni che continueranno a crescere numericamente, perché, a differenza dell'università tradizionale, le università telematiche non hanno necessità di stabilire dei termini temporali per l'iscrizione, e possono proseguire fino a tutta la primavera. Tutto ciò perché, proprio grazie alla struttura della formazione, questa viene ripetuta e lo studente che si iscrive più tardi non perde nulla. Ecco dunque che riteniamo di potere raggiungere nel giro del termine dell'anno solare qualche altra decina d'iscrizioni, ma complessivamente il nostro obiettivo al 31 Marzo è di arrivare a 400 iscrizioni.

Dicevamo che siamo partiti con un unico corso di Laurea in Economia e Gestione delle Imprese. Abbiamo ritenuto che questo fosse lo strumento più idoneo per iniziare, essendo Imola nel centro di un'area economica, pensavamo che fosse, nell'immediato, di maggior interesse ai potenziali utenti locali. L'Università Telematica Internazionale UNINETTUNO, ha avuto però dal Ministero l'autorizzazione ad attivare altri sei corsi di laurea tra cui Esperto Legale in Sviluppo e Internazionalizzazione dell'Impresa, e chi ha confezionato questo titolo non era evidentemente bolognese dove la zeta non è particolarmente facile da pronunciare. Altri corsi sono: Ingegneria Informatica, Ingegneria Civile, Ingegneria Gestionale, un corso di laurea in Beni Culturali e uno in Psicologia. Abbiamo avuto poi di recente l'autorizzazione ad attivare anche un corso di laurea in Economia delle Imprese Turistiche, un corso in Scienze della Comunicazione e altri due corsi d'ingegneria. Offriamo titoli di studio riconosciuti dalla legge italiana, ma non vogliamo che questo sia l'unico genere di formazione che possiamo offrire, in quanto altre iniziative sono altrettanto necessarie, iniziative che potremmo chiamare iniziative spot, che non portino necessariamente al titolo finale ma che si possano concordare con l'utente. Vogliamo dunque radicarci qui in Imola proprio perché abbiamo sperimentato di persona il dinamismo della realtà locale e di tutto il comprensorio. Intendiamo radicarci e intendiamo fare nostro un motto che con piacere ho sentito pronunciare all'inizio di questa mattinata e il motto è "fare insieme".

FRANCESCO PARAVATI

Responsabile Marketing e Relazioni esterne Uninettuno

Il mio intervento sarà conclusivo ed avrà l'ambizione di sostituire quello di un massimo esperto dell'insegnamento a distanza in Italia e in Europa come la professoressa Garrito, quindi permettetemi anche di aiutare il mio ingrato compito con dei supporti tecnologici, primo fra tutti la proiezione di un breve filmato su quella che è stata l'attività fino ad ora del Consorzio Nettuno come nuova Università telematica a distanza. Chiedo l'aiuto della Dottoressa Maria Teresa Speziali, che è una dei nostri giovani esperti tutor, che hanno aiutato a sviluppare il sistema di tutoraggio che completa il metodo di distanza sperimentato dal Consorzio Nettuno fin dal 1992. Con questo sistema, siamo stati pionieri nell'insegnamento a distanza, rivolgendoci a tutte quelle persone che, per varie ragioni e per barriere anche sociali, a volte non hanno potuto completare un proprio corso di studi. Si tratta di studenti lavoratori, studenti fuori sede o studenti che per particolari problemi economici hanno dovuto rinunciare alla possibilità di laurearsi. Grazie al Consorzio Nettuno, queste persone hanno avuto la possibilità di accrescere le proprie conoscenze e le hanno investite nel proprio mondo del lavoro.

L'Università telematica consente di erogare corsi a distanza, grazie all'appoggio e alla condivisione di obiettivi di oltre trenta università italiane. Il Politecnico di Torino è stato il primo a crederci, ed è inoltre uno dei maggiori centri universitari che ci ha appoggiato quando è nata la possibilità di creare un'università a distanza, che oggi si presenta in quattro lingue: italiano, francese, inglese e arabo. Non sembrerà strana la presenza della lingua araba; questo ci consente oggi di arrivare a quell'enorme bacino che comprende la stragrande maggioranza dei cittadini italiani che hanno un elevatissimo bisogno di formazione. Con l'aiuto della Commissione Europea; abbiamo creato un Network di 31 università di 11 paesi del mondo arabo con le quali abbiamo istituito due corsi di ingegneria informatica in 4 lingue utilizzandole anche per le video lezioni di tutti i corsi. Questo dà la possibilità oggi, ad uno studente italiano di scegliere in che lingua studiare la propria materia e ad uno studente arabo, nel proprio paese come in Italia, di studiare quelli che sono i curriculum dei piani di studio delle migliori Università italiane anche nella propria lingua madre. Tutto ciò fornisce la possibilità di vedere le lezioni del professore italiano, del politecnico di Torino, nella propria lingua, in modo da avere la possibilità di confrontare le conoscenze, di creare quelle professionalità che dovranno essere le basi del futuro, soprattutto per un territorio come quello di Imola. Questo ci ha consentito di formare a distanza i funzionari del Ministero del Marocco, che grazie alle nostre reti satellitari, proprio in questo momento stanno studiando gli elementi di informatica che gli serviranno per specializzarsi e per lanciare questo Paese verso le sfide della nuova compe-

tizione globale. Non è un caso che sia stato scelto UNINETTUNO per formare queste competenze, in un paese che crede tantissimo nelle potenzialità delle nuove tecnologie. La domanda che sorge spontanea è per quale motivo le imprese avrebbero dovuto aver bisogno di università a distanza nel proprio territorio? Faccio un piccolo esempio: quando, dalla Giordania al Marocco, abbiamo esposto il nostro progetto alle piccole imprese arabe, questa domanda non ci è stata posta per un discorso molto semplice. In questi paesi, dove l'economia è in fase di start up e sta crescendo con l'esempio della piccola impresa italiana, la domanda aveva già la risposta: l'università italiana avrebbe portato i corsi di laurea e i corsi di formazione, quindi avrebbe portato anche quel tessuto formativo che ha dato la possibilità all'Italia di uscire così a testa alta da un dopo guerra faticoso, paragonabile alla situazione in cui si trovano ora questi paesi. Questi imprenditori avevano già la risposta: vogliamo un'università italiana che faccia i corsi a distanza. Abbiamo parlato del Polo di Imola, che è conosciuta per la vicinanza a settori famosi come quelli che riguardano la costruzione dei motori e della meccanica, in cui le aziende di questo territorio sono ancora leader. E' aumentata la richiesta, essendo gli imprenditori imolesi un esempio da seguire, per il motivo che sono riusciti, senza un tessuto industriale alle spalle grande come quello della Germania, con le piccole competenze legate alla flessibilità e alla creatività dell'azienda, che da familiare è diventata internazionale, appunto a vincere la sfida.

Questo dovrebbe farci riflettere su una cosa: dove non c'è lavoro, dove non c'è economia, c'è una grandissima fame di formazione; dove purtroppo ci sono altre risorse, come il lavoro e la possibilità d'impiegarsi subito, c'è poca formazione. Forse c'è poca richiesta, forse ci sono poche possibilità, ma questo può essere un problema se continuiamo a lavorare a 360 ° gradi con una richiesta di competenze che ci consentano di affrontare i mercati globali. Per noi creare un Polo ad Imola è un motivo d'orgoglio, che ci aiuta e ci fa anche da vanto per nuovi paesi che si interessano alla nostra offerta, le aziende imolesi sono esempi da seguire perché specializzate nel loro campo. C'è un altro esempio che vi voglio portare. Lo abbiamo vissuto nel territorio italiano, nella penisola Sorrentina. Siamo stati contattati dall'associazione albergatori della penisola Sorrentina, che ci ha fatto una richiesta di formare i loro ragazzi. Nella penisola Sorrentina ci sono migliaia di alberghi, i turisti sono sempre di più e gli albergatori di oggi sono figli degli albergatori di ieri; non hanno avuto la possibilità di studiare e si sono dovuti limitare a condurre la propria attività senza saperla gestire al meglio. Per studiare dovevano andare a Napoli, non hanno potuto e si sono trovati in crisi, perché gli albergatori non erano in grado di accogliere questi milioni di turisti, dal momento che non sapevano usufruire di servizi competitivi. L'unico servizio che

potessero offrire era un prezzo inferiore ai trenta euro per notte, quindi vedevano milioni di turisti che continuavano a praticare un turismo mordi e fuggi nella penisola, che portava poco e lasciava poco, al massimo qualche bilancio positivo, non c'era la "fedeltà" con i clienti. Cosa c'entra questo con Imola? Io non so quante delle vostre aziende magari hanno perso delle importanti occasioni di business perchè è arrivata una strana e-mail dall'altra parte del mondo in cui si chiedevano delle informazioni sui prodotti, quante possibilità d'ampliamento si sono perse per la mancanza di redigere un business in più lingue, quante collaborazioni non si sono realizzate proprio la mancanza di figure che potessero portare avanti questa necessità di reticolarsi, di creare dei network internazionali d'impresе. Ecco la possibilità che un polo tecnologico per l'insegnamento a distanza in questo settore offre, sia per i dipendenti che per il maneggio delle imprese, è quello di allargare le competenze.

Dopo questa breve introduzione, vorrei entrare più nel merito dell'Università Telematica Internazionale, che oggi ha appunto attivato dieci facoltà: Scienza della Comunicazione e Diritto di Internazionalizzazione delle Impresе, che sono le facoltà che riguardano in particolare il Polo Tecnologico di Imola. Non solo, oltre ai corsi di laurea, la nostra sfida è quella appunto di ricreare i corsi di formazione e di riqualificazione professionale. Forti delle esperienze che già abbiamo realizzato nei paesi arabi con i network, stiamo creando questi corsi in quattro lingue e alcuni corsi sono già attivi in francese e in arabo, quindi le aziende che dotessero avere mano d'opera straniera con anche difficoltà linguistiche, potrebbe addirittura formarla grazie ai corsi nelle loro lingue madri e molto velocemente. Vorrei discutere l'offerta dei corsi di formazione professionali che abbiamo già a disposizione. Per poter anticipare quelle che possono essere le vostre richieste e per confortare le giuste preoccupazioni del Sindaco, del Vice Sindaco e dall'Amministrazione nel creare un'offerta formativa che vada davvero incontro ai bisogni delle imprese, noi abbiamo già corsi di formazione professionali che sono realizzati dai migliori professori universitari italiani e anche dai migliori agenti di business: dal marketing territoriale di comunicazione pubblica ed economia del turismo a quelle che sono le competenze relazionali che servono in un'azienda; da come migliorare la propria produttività a come rapportarsi con il pubblico, fino all'organizzazione aziendale, che poi fa parte del corso di economia e gestione delle imprese. Tutto ciò dà la possibilità di completare, anche senza un corso universitario triennale, la formazione di alcuni dipendenti. Naturalmente anche i corsi di lingua a distanza fanno parte del tipo di formazione che permette ad una persona di apprendere nuove lingue, non studiandola sugli eserciziari o sui fumetti, bensì sulle materie d'interesse della propria attività.

Prima di introdurre la Dottoressa Speciali, che cercherà di spiegare come avviene, quali sono i misteri dell'insegnamento a distanza e quanto è importante, volevo concludere la mia presentazione riprendendo il concetto che dove c'è lavoro c'è mancanza di formazione, dove c'è tanta formazione forse c'è mancanza di lavoro. E' il caso di tanti dirigenti pubblici che spesso sono meridionali proprio perché in meridione c'è la possibilità di studiare, dal momento che non ci sono altre possibilità. Non ci sono imprese pronte ad assumere, i giovani pagano lo scotto di questo territorio, dove la richiesta di lavoro è così alta che non permette di formarsi come si vorrebbe e come si dovrebbe per gestire un'azienda. Grazie all'università a distanza, questo binomio, questa separazione viene assolutamente ribaltata. Dove c'è lavoro ci può essere formazione, ma non solo; con i metodi d'insegnamento a distanza ci può essere migliore formazione, perché consente di portare in un unico centro i migliori insegnamenti internazionali, e inoltre di applicare immediatamente le conoscenze acquisite nella materia di studio dentro la propria azienda. Quindi è questo l'interesse informale: dare la possibilità di un arricchimento personale al dipendente e dare al manager la possibilità di riconoscere che l'azienda non gli sta togliendo la vita, portando, anche a proprio vantaggio le conoscenze direttamente acquisite in azienda, dandogli la possibilità di metterle in pratica. Le aziende hanno anche un'altro interesse ad investire in questa formazione: l'elevato ritorno dell'investimento. L'insegnamento a distanza permette di capitalizzare, fotografare le conoscenze di ogni azienda e investirle nei soggetti per X luoghi e per X momenti. Attualmente si parla molto di delocalizzazione; aziende che vanno a cercare fuori risorse umane qualificate, quando ora è possibile qualificare il personale direttamente in azienda. Tramite la formazione fornita dai corsi di laurea che offriamo, il vostro patrimonio non andrà via con il dipendente che va a lavorare dal concorrente, bensì questo patrimonio diventerà parte dell'azienda, sarà soprattutto il suo capitale. Quanto potrebbe risparmiare l'azienda facendo fare gli aggiornamenti con l'insegnamento a distanza, anziché mandare per tre mesi il miglior dipendente nella filiale all'estero,. Noi lo stiamo facendo con NIDO, in collaborazione con i paesi arabi stiamo riuscendo ad ottenere un'insorgenza di poli tecnologici gestiti all'UNINETTUNO per aziende, che permetteranno di gestire le conoscenze a distanza. Molte aziende piccole e medie non possono concedere il loro migliore impiegato ad una filiale in Cina e permettere magari che la filiale chiuda tre mesi dopo, perdendo capitale e tempo. Quindi investire nell'insegnamento a distanza e valorizzare il proprio capitale intellettuale, vuol dire creare appunto un patrimonio dalla Cina al Sud America che non si potrà mai copiare.