

La formazione on-line è un mercato in forte crescita. Secondo dati elaborati dalla società di consulenza Kpmg, per formare e informare dipendenti, cittadini e studenti nel 2006 si spenderanno in Europa oltre 3,6 miliardi di euro, contro i 1046 milioni previsti per quest'anno; e la sola Italia investirà ben 297 milioni contro i 74,8 dell'anno in corso, con una crescita media annua del 59%. È un mercato che meno degli altri sembra essere sensibile agli andamenti del ciclo economi-

avanti e stiano offrendo percorsi di e-learning, o meglio di formazione on-line. Già, perché c'è differenza. L'e-learning indica più genericamente un apprendimento realizzato con il supporto di tecnologie informatiche, come possono essere un computer e un CD Rom; l'on-line learning invece è un apprendimento a distanza che utilizza le tecnologie informatiche. E poi on-line può passare non solo la formazione, ma anche tutta quella mole di informazioni e conoscenze aziendali che vengono messe a disposizio-

imprese, in rappresentanza del mercato italiano, studiato da Asfor, l'associazione delle imprese di formazione. La ricerca è stata condotta nel 2002 e rappresenta la secon-

La formazione online è la risposta ai bisogni di aggiornamento continuo

da fase di uno studio avviato nell'anno precedente. Le aziende intervistate sono state scelte per la dinamicità e la sensibilità ai temi della formazione e dello sviluppo delle

totalmente di proprietà nelle grandi aziende mentre le medie e le piccole ricorrono per una parte all'outsourcing. Tornando allo studio Asfor, fra gli argomenti della formazione prevalgono tematiche relative alle risorse umane, che prendono il 13% del budget formativo, la strategia aziendale, col 16%, e la tecnologia e i sistemi informativi, con un 10%. Nelle industrie delle nuove tecnologie, invece, le aree tematiche più significative sono quelle dedicate alla tecnologia e ai sistemi informativi, che prende il 40% del budget totale, e a seguire produzione e logistica, col 13%. La formazione erogata al management e ai professionisti ha come obiettivo prevalente il cambiamento culturale e di mentalità; nel caso del personale operativo prevale invece il trasferimento di nuove competenze.

Rispetto ai vari metodi di formazione la ricerca ha rilevato una certa sfiducia per modalità esclusivamente telematiche. Si ritengono più efficaci tutti quei sistemi misti che integrano le classiche lezioni in aula con l'uso di supporti multimediali, ai quali viene lasciata la parte più nozionistica e manualistica. In generale si osserva che per i manager e i professionisti l'aula e l'interazione anche fisica col docente sono preferiti alla formazione online, mentre invece per gli operativi, ai quali del resto si indirizza una formazione come abbiamo visto più tecnica, si ritengono efficaci anche modalità di formazione usufruite autonomamente in rete con o senza interazione con il docente. Tra i vantaggi della formazione online rispetto alla formazione di tipo tradizionale le aziende indicano anzitutto e soprattutto la riduzione dei costi per l'azienda. C'è una

Formazione on-line: curva ascendente del mercato da qui al 2006

co perché la necessità di formazione è continua e perché l'utilizzo della rete consente grandi risparmi di costi. È un business ancora conteso da molti player. Per prime sono arrivate le grandi società internazionali che hanno offerto all'esterno i servizi di formazione sviluppati per il

È un business ancora conteso da molti player

loro gruppo (vedi Ibm, Microsoft, Sun, Cisco). A questi si sono aggiunti in Italia le scuole di formazione di alcune grandi aziende come ad esempio Sfera, di Enel, Isvor, di Fiat, Trainet, di Telecom, e IntesaBCI Formazione. Ma non è finita qui. Si può dire che tutte le realtà che in qualche modo hanno a che fare con la formazione si siano fatte

ne dei dipendenti; e in questo caso si parla allora di knowledge management. Nelle imprese, secondo dati della Commissione Europea, il 15% della forza lavoro dell'Unione sta utilizzando corsi di formazione online. La percentuale sale in media al 35% nel caso di addestramento al lavoro, con punte del 60% in alcune aziende. Questo perché la formazione online oggi si presenta come la risposta più efficiente ai bisogni di aggiornamento continuo che emergono e emergeranno in modo sempre più evidente soprattutto nelle aziende innovative e che operano in mercati altamente competitivi. La domanda che si pone riguarda semmai l'efficacia di questi metodi. Vediamo cosa ne pensano le aziende utenti che hanno fatto parte di un campione di 58

risorse umane, questo al fine di cogliere segnali di bisogni attesi e poter anticipare così le risposte più adeguate. I risultati della ricerca rivelano anzitutto una particolare attenzione delle aziende per i contenuti della formazione, che nel 45% dei casi sono prodotti direttamente dalle imprese utenti. Le realtà aziendali minori si affidano in misura maggiore a fonti esterne, infatti la percentuale di contenuti autoprodotti scende al 32%. Questa tendenza è confermata anche da uno studio Kpmg condotto a livello europeo. Dopo un'iniziale diffusione dei contenuti a catalogo offerti da fornitori esterni, oggi prevale l'insourcing per la progettazione dei contenuti e l'outsourcing per l'implementazione dei corsi. Le infrastrutture per l'erogazione dei contenuti sono

minore attenzione invece per l'efficacia della formazione, in termini di aggiornamento e specializzazione della stessa oltre che di semplicità nella definizione di percorsi formativi personalizzati. Gli intervistati riconoscono una certa importanza anche alla flessibilità della lezione al di là delle barriere di tempo e spazio, ma temono che non sia facile adattarsi a una classe di tipo virtuale e alla distanza fisica fra formatore e studente.

Per quanto concerne le prospettive di sviluppo, gli intervistati prevedono un ampliamento di formazione online un po' in tutte le aree, con punte di interesse nelle tecnologie e sistemi informativi, nella finanza e controllo e nel marketing.

Per concludere, lo studio Asfor osserva che "il ruolo della formazione cosiddetta technology based sembra per ora riguardare più l'addestramento che la formazione in senso ampio; si pensa cioè a una trasmissione rapida e accurata di nozioni e di informazioni, che perciò non richiede un elevato livello di interazione e cooperazione, che invece sono caratteristiche della formazione. Tuttavia bisogna tenere in considerazione che per l'Italia questo è un mercato nuovo, che solo ora sta iniziando ad acquisire una quota importante all'interno del mercato totale della formazione. E infine, stando alle prospettive di sviluppo dichiarate dalle aziende considerate nella ricerca si può ben sperare in un'espansione del mercato dell'e-learning nel corso dei prossimi anni". Ma l'on-line learning non riguarda sole le imprese. Un mercato importante potrebbe essere in un prossimo futuro anche quello dell'istruzione. Già varie università anche italiane offrono corsi di base

online, e in alcuni casi anche interi corsi di laurea sono in rete. Ma sostanzialmente siamo ancora agli inizi. La Direzione Generale Educazione e Cultura dell'Unione Europea rileva che in questa fase si sta passando da una focalizzazione sui problemi di connettività e infrastruttura a una maggiore attenzione per i temi della didattica, dei contenuti e della qualità dell'insegnamento. Intanto il 93% delle scuole europee è connesso a Internet, mentre il rapporto studenti-PC è ancora piuttosto deludente essendo pari a 17:1. Anche a livello mondiale l'e-learning nel campo dell'istruzione sta cercando una sua fisionomia. In ambito universitario, secondo osservazioni del Centro per la Ricerca

Il 93% delle scuole europee è connesso a Internet

Educativa e l'Innovazione dell'Ocse, presentate all'E-learning Summit del Sole24 Ore, tenutosi a Milano lo scorso 20-21 marzo, non ha ancora modificato fondamentalmente il modello tradizionale basato sul campus, dove viene utilizzato come strumento per rafforzare l'apprendimento impartito in modo tradizionale. Sono pochi i casi, e sono concentrati negli Usa e in Asia, di atenei che aderiscono a partnership col settore privato per sviluppare offerte formative superiori in un'ottica di profitto, offrendosi a nuovi mercati, cioè a nuovi target di studenti e ad allievi internazionali, creando addirittura marchi differenti da quello dell'Università di origine.

Nelle istituzioni pubbliche l'attenzione per l'e-learning è elevata. Utilizzare e migliorare lo standard in Europa è uno degli obiettivi che si pone ad

esempio la Commissione Europea col Piano d'Azione eLearning, che dovrebbe essere rifinanziato per il periodo 2004-2006 con 36 milioni di euro.

La proposta adottata dalla Commissione nel dicembre 2002, è ora soggetta alla procedura di co-decisione del Consiglio e del Parlamento Europei. Questi Piani coordinano tutte le azioni comunitarie che in qualche modo toccano l'e-learning, si rivolgono alle comunità educative e culturali nonché a tutti i player nel campo economico e sociale.

Strumento di comunicazione è il portale elearningeuropea.info lanciato a Febbraio, che è stato presentato all'E-learning summit da Brian Holmes, Principal Administrator e-Learning della Commissione Europea. Holmes ha fatto anche il punto sul concetto di e-learning, che sta oggi maturando.

Sono quasi del tutto abbandonate le prime versioni, che hanno avuto peraltro scarso successo, che erano sostanzialmente incentrate sulla tecnologia, sulla riduzione dei costi, sulla sostituzione al modello di apprendimento tradizionale; le ultime versioni di formazione online pongono invece l'accento sul valore aggiunto offerto da queste metodologie, danno importanza alla comunicazione e alla comunità dei discenti, scegliendo un modello definito blended, e cioè un misto di lezioni tradizionali, con la presenza fisica in aula dell'insegnante, e di insegnamento in rete, dove sono possibili sia un'interazione continua fra allievi, docenti e tutor, che una fruizione asincrona (quando si ha tempo e non immediatamente collegati col docente/tutor).

brevi

PRESENTATO A BRUXELLES EITO 2003

Secondo Eito (European Information Technology Observatory), l'osservatorio pan-europeo promosso da Smau, il mercato ICT sembra aver ormai lasciato alle spalle il periodo di crisi del 2001/2002 ed è pronto per la ripresa, ma la crescita nel 2003 sarà più lenta rispetto alle aspettative di tutti gli operatori del settore. Eito prevede per il 2003 una crescita del 3,8% per le TLC e del 1,3% per l'Information Technology. Si tratta di numeri migliori rispetto al 2002, anno in cui le due percentuali erano state rispettivamente del 2% e del -1,5%.

Scendendo di un livello nell'analisi, il 2003 continuerà a essere negativo per l'hardware (-1,6%), ritornerà al segno positivo per gli apparati di telecomunicazione (0,5%), e crescerà in modo più evidente per il software e i servizi IT (2,6%) e per i servizi TLC (4,5%). Solo per questi ultimi non si tratta di un miglioramento rispetto al 2002.

Per quanto riguarda i singoli Paesi, nel mercato dell'Information Technology il segno negativo rimarrà solo in Germania, mentre in Francia, Italia, Regno Unito e Spagna la crescita si attesterà tra il 2,5 e il 2,8%. Nel settore delle TLC, invece, la crescita sarà più omogenea, e sarà compresa tra il 2,7% dell'Italia e il 4,6% del Regno Unito.

XILINX SI PIAZZA AL QUARTO POSTO NELLA CLASSIFICA DELLA RIVISTA FORTUNE

Xilinx si è posizionata al quarto posto nella classifica annuale "The Best 100 Companies to Work For" (le migliori cento società per cui lavorare). Il piazzamento conquistato da Xilinx quest'anno è migliore di quello di qualsiasi alta società per azioni o di qualsiasi altra società hi-tech. Per il terzo anno consecutivo, Xilinx è presente nella classifica Fortune delle migliori 100 aziende, con una progressione che l'ha vista passare dal quattordicesimo posto del 2001 al sesto posto del 2002. La classifica 2003 e le relative motivazioni sono disponibili sul sito www.fortune.com e saranno pubblicate sul numero del 20 gennaio della rivista, in edicola dal 13 gennaio.