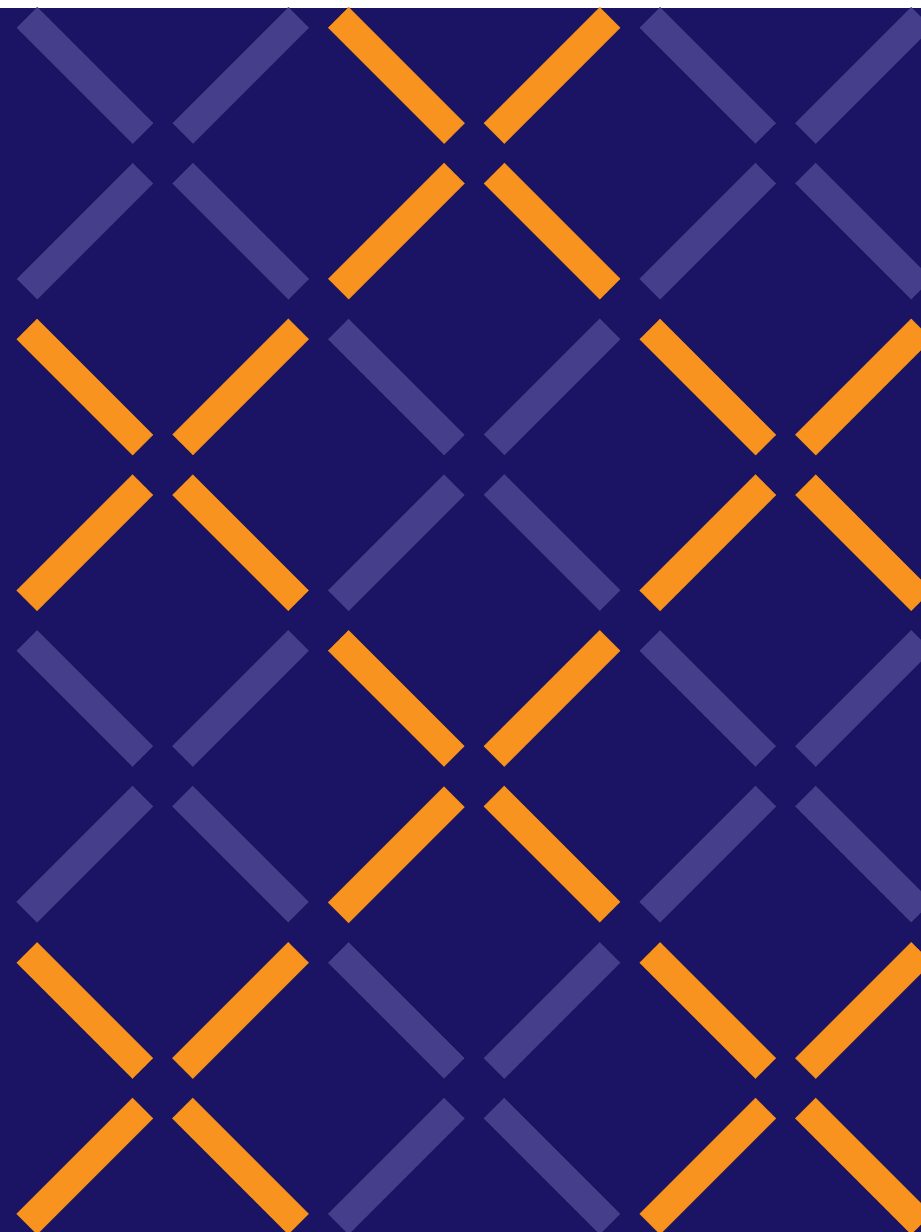


Modelli e percorsi di formazione continua per la formazione superiore in Italia

Un settore in crescita

RUIAP

Rete Universitaria
Italiana per
l'Apprendimento
Permanente



1

Cresce la
domanda

2

Fattori potenziali

3

Modelli
organizzativi

4

Segmentazione
della domanda

5

Punti aperti

1

Cresce la Domanda di formazione continua da parte degli adulti Highly Skilled

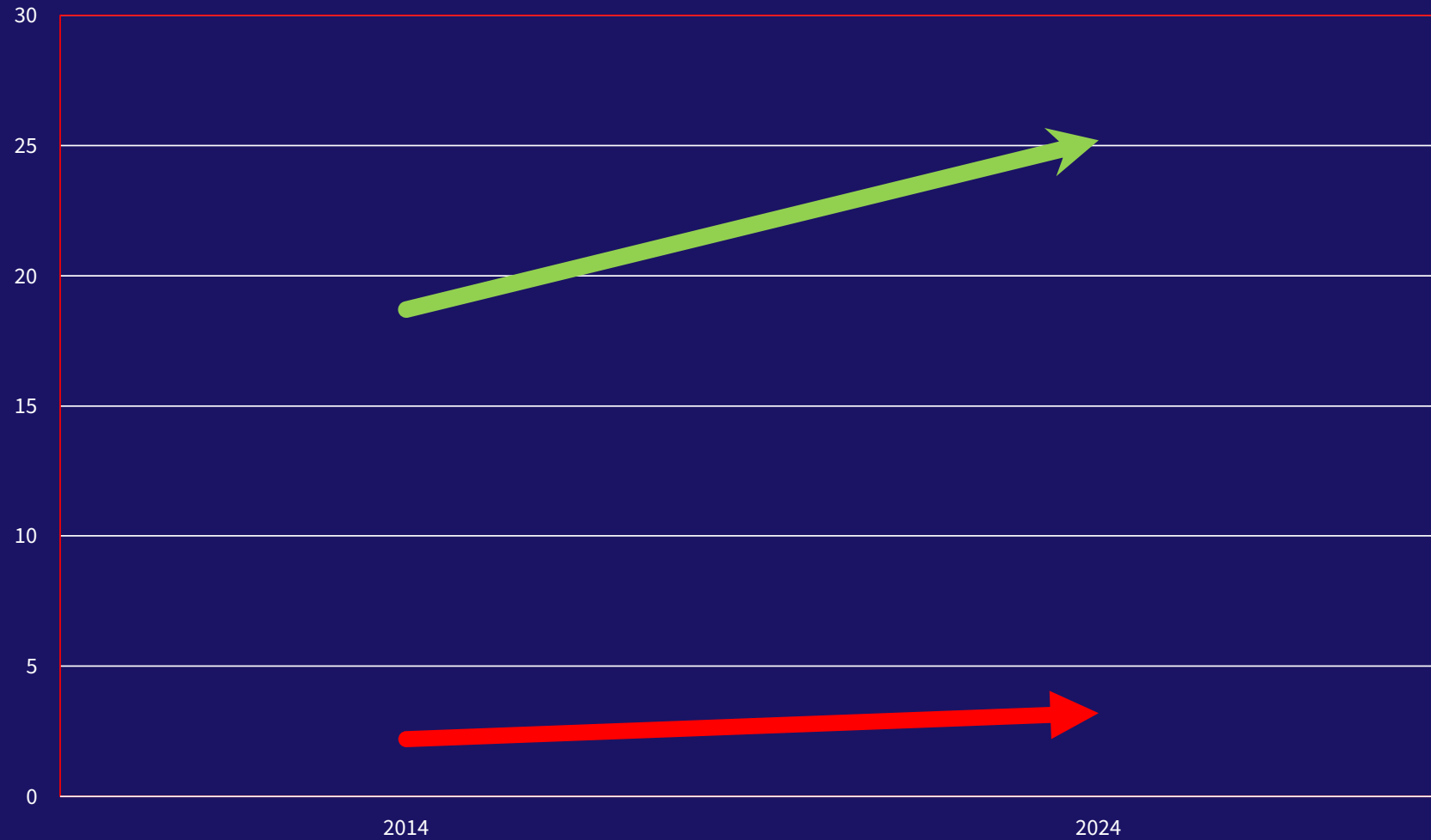
I risultati AES 2022 (2024)

Highly skilled+ 1% (67%)



**Low skilled - 11%
(15%)**

Differenziale



I providers: Formal education and training: 19,2% (+7,2 punti %)

		TIME		2007		2011		2016		2022	
GEO	TNGPROV (Labels)										
Italy	Formal education and training institutions		12,9		11,0		12,0		19,2		b
Italy	Non-formal education and training institutions		8,5		11,1		17,8		26,9		b
Italy	Employer or prospective employer		27,6		31,7		32,8		29,0		b
Italy	Individual		6,3		3,6		3,2		9,7		b
Italy	Other public or private institution		40,1		42,3		34,3		14,6		b
Italy	No response		4,7		:	u	:		0,6		b

2.

Fattori potenziali:

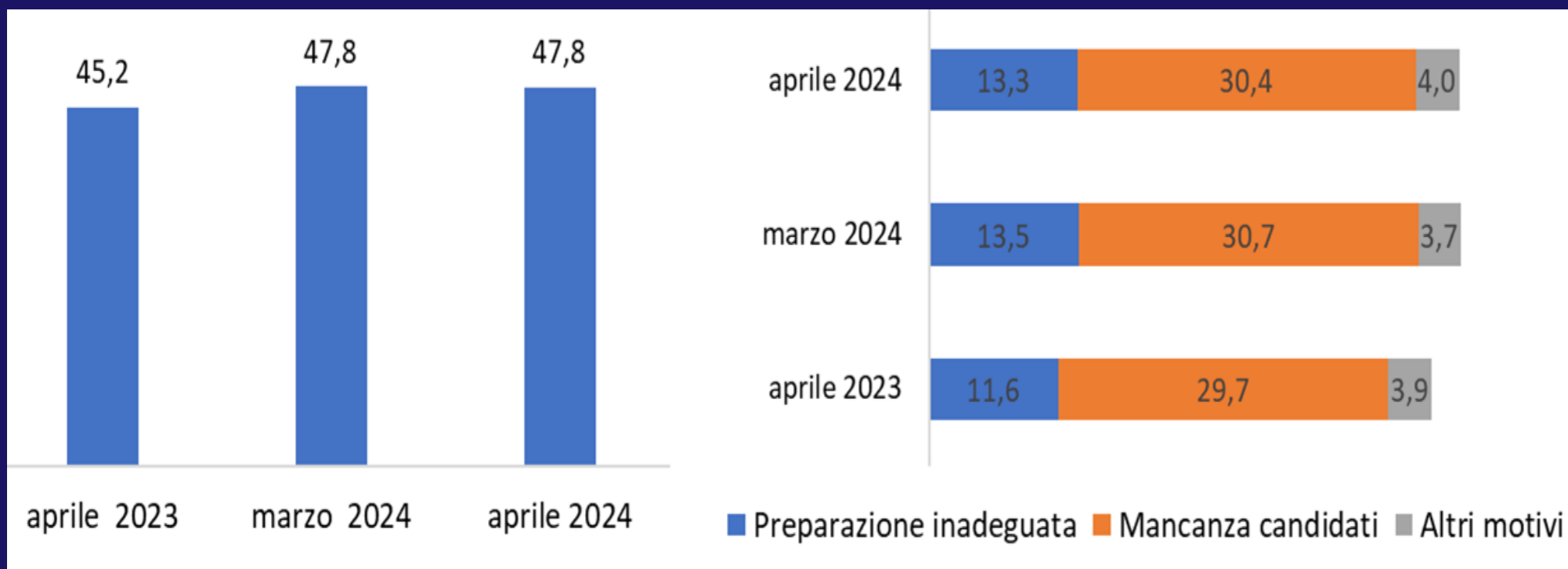
2.1

**evoluzione delle professioni e mismatch tra
domanda e offerta di competenze**

Mismatch

I dati di Excelsior Aprile 2024

DIFFICOLTA' DI REPERIMENTO E MOTIVAZIONI (%)



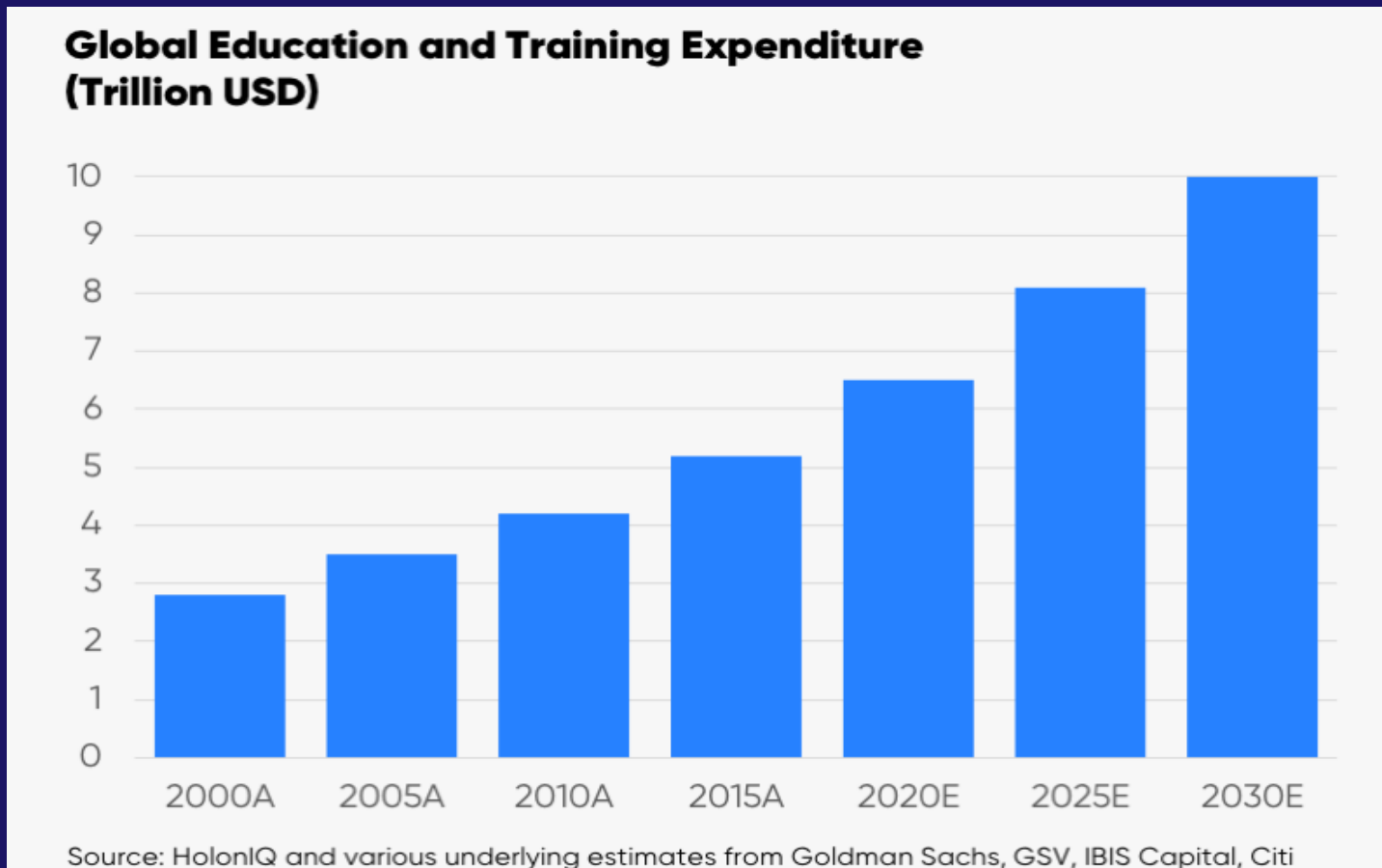
Fonte: Unioncamere - Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali, Sistema Informativo Excelsior, 2024

2.2

Il Processo di commodification della formazione continua genera consumatori

«La produzione produce (...) non soltanto un oggetto per il soggetto, ma anche un soggetto per l'oggetto. La produzione produce quindi il consumo 1) creandogli il materiale; 2) determinando il modo di consumo; 3) producendo come bisogno nel consumatore i prodotti che essa ha originariamente posto come oggetti»

Expenditure on education and training from governments, parents, individuals and corporates continues to grow to historic levels and is expected to reach USD\$10T by 2030.

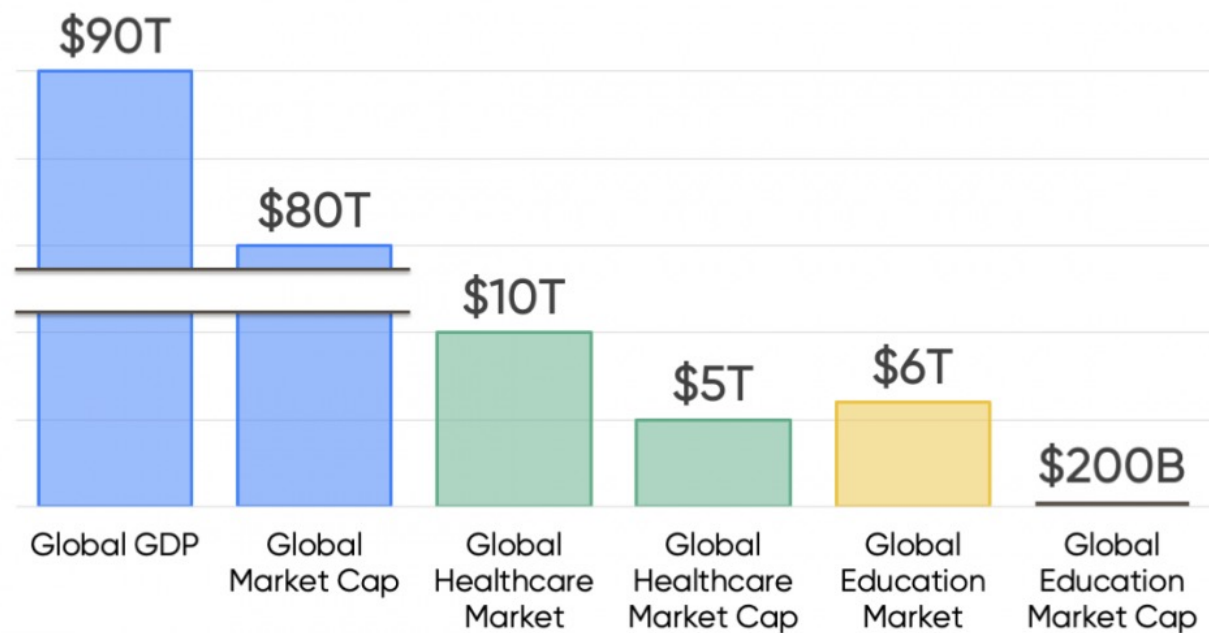


L'educazione è affamata di capitale rispetto a settori simili

Holon IQ

Global vs Education **Capital Flows**

Global Markets in USD



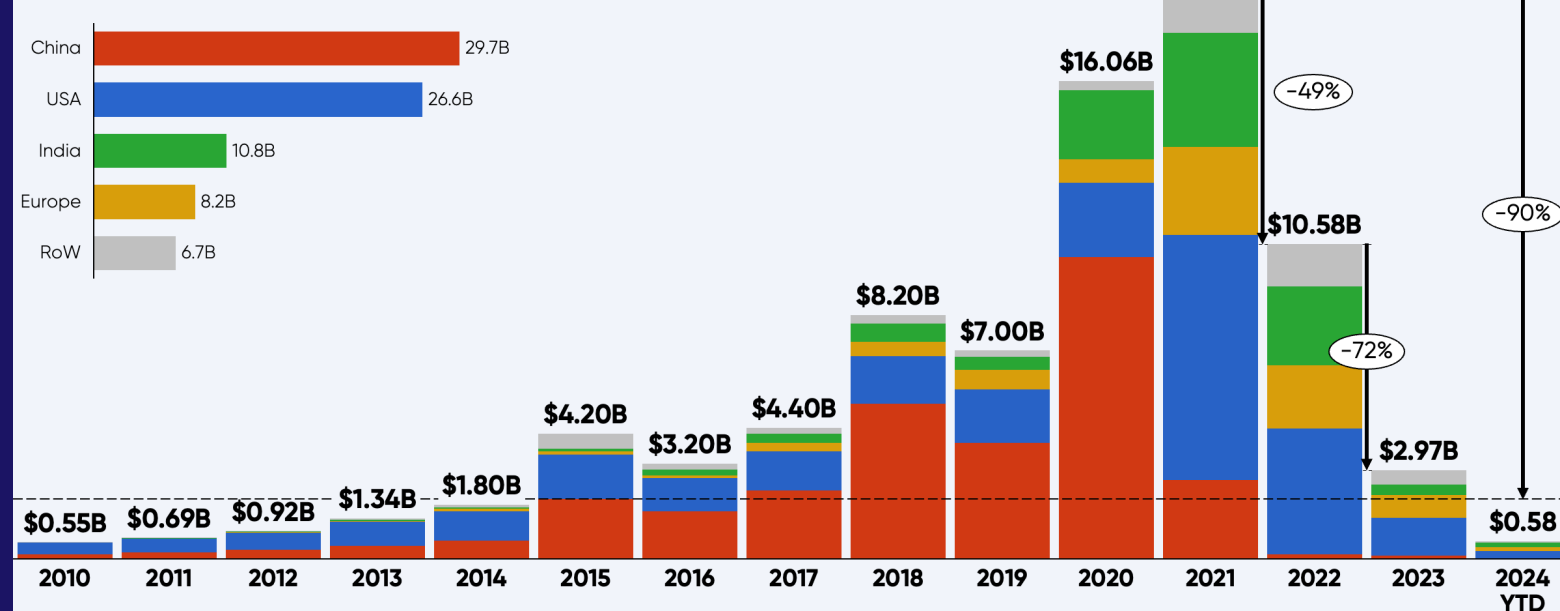
Source: HolonIQ, World Health Organization, Goldman Sachs, Standard & Poors. All figures are rounded estimates based on source research.

Crollo degli investimenti in elearning

\$580M of EdTech VC for Q1 2024. Following \$80B invested over the prior 10 years, not even an AI tailwind can arrest EdTech's VC collapse.

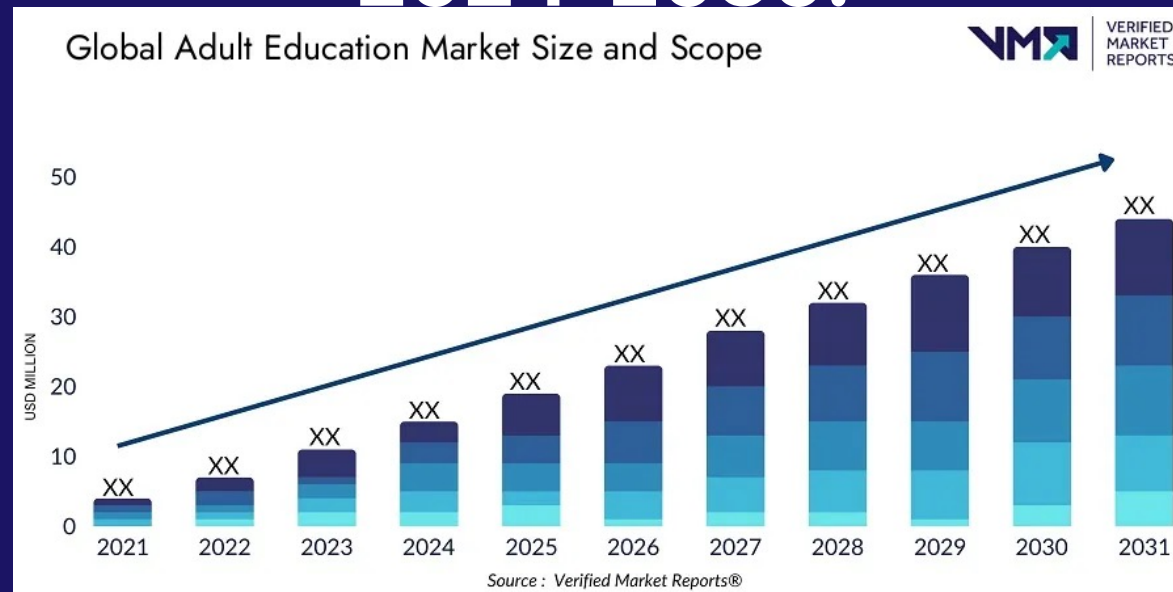
Global Education Venture Capital Funding, 2010 – Q1 YTD 2024 in USD Billions

Regional Funding Totals, 2010 – Q1 YTD 2024 in USD Billions



Source: HolonIQ, Apr 1, 2024. All numbers rounded and may not sum exactly due to rounding. Excludes PE and debt transactions. All years calculated at historic FX (spot rate on funding date)

Adult Education Market size was valued at USD 373.3 Billion in 2023 and is expected to reach USD 800.1 Billion by the end of 2030 with a CAGR of 8.6% During the Forecast Period 2024-2030.



2.3

Ruolo politiche pubbliche (HS)

- **Incentivi fiscali**
- **Introduzione nuove figure/funzioni professionali certificate (green, digital, gender,...)**
 - **Spillover effect (REACT-EU, Transizioni 5.0, ...)**

3

Rafforzamento dei modelli organizzativi e segmentazione del mercato

3.1.

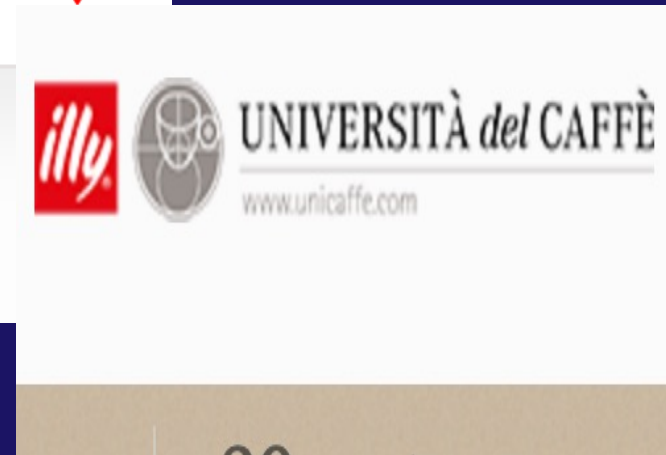
Le corporate Academy



The screenshot shows the Eni website's navigation menu with options: AZIENDA, GOVERNANCE, SOSTENIBILITÀ, VISIONE, AZIONI, and PRODOTTI. Below the menu, the breadcrumb trail reads: < Indietro | Azienda / Principali Società di Eni. The main heading is "Eni Corporate University" with a subtext: "Con Eni Corporate University ci occupiamo dello sviluppo manageriali e tecniche delle nostre persone."



The logo for Coop Academy features the red "coop" logo with "Alleanza 3.0" underneath. To the right, the word "Academy" is written in a bold, black sans-serif font, followed by a stylized graphic of a tree with circuit-like branches. Below this, the tagline "Formazione per crescere" is written in a smaller black font.



The logo for Illy Università del Caffè features the red "illy" logo on the left. To its right is a circular emblem containing a stylized coffee cup and a globe. Further right, the text "UNIVERSITÀ del CAFFÈ" is written in a serif font, with "www.unicaffe.com" below it.

3.2






Le organizzazioni di distretto o di settore

The screenshot displays the website for Politecnico Calzaturiero. The navigation bar includes 'FORMAZIONE', 'SERVIZI', 'PROGETTI', 'POLITECNICO CALZATURIERO', and 'CONTATTACI'. The main content area features three large red boxes with white text: 'CORSI CALZATURA', 'CORSI PELLETERIA', and 'CORSI MAGLIERIA', each with a 'SCOPRI' button. The footer contains contact information: phone number +39 049 980 1111, email info@politecnicocalzaturiero.it, address Via Venezia n. 62 - 35010 Capriccio di Vigonza (PD), and office hours: Monday-Friday 9:00-13:00 / 14:00-17:30, Saturday 9:00-12:00 / 14:00-17:00. Social media icons for Facebook, LinkedIn, Instagram, and YouTube are also present.

3.3.

Le migliori business school



21	 SDA Bocconi Italy	88.8
47-76	 Politecnico di Milano Italy	60.2
101-110	 LUISS University Italy	52.6
201-250	 MIB Trieste School of Management Italy	39.5
251+	 Bologna University Business School Italy	31.8

3.4 Alumni



3.5.

L' executive education dei private providers



3.6.

L'offerta post laurea delle Università

Docenti/ *<solo edupreneurs>*

senza investimenti strutturali, né costi fissi

partenariati occasionali

attrattività certificazione

rapporto occasionale con imprese e con fondi interprofessionali

4

Segmentazione dell'offerta

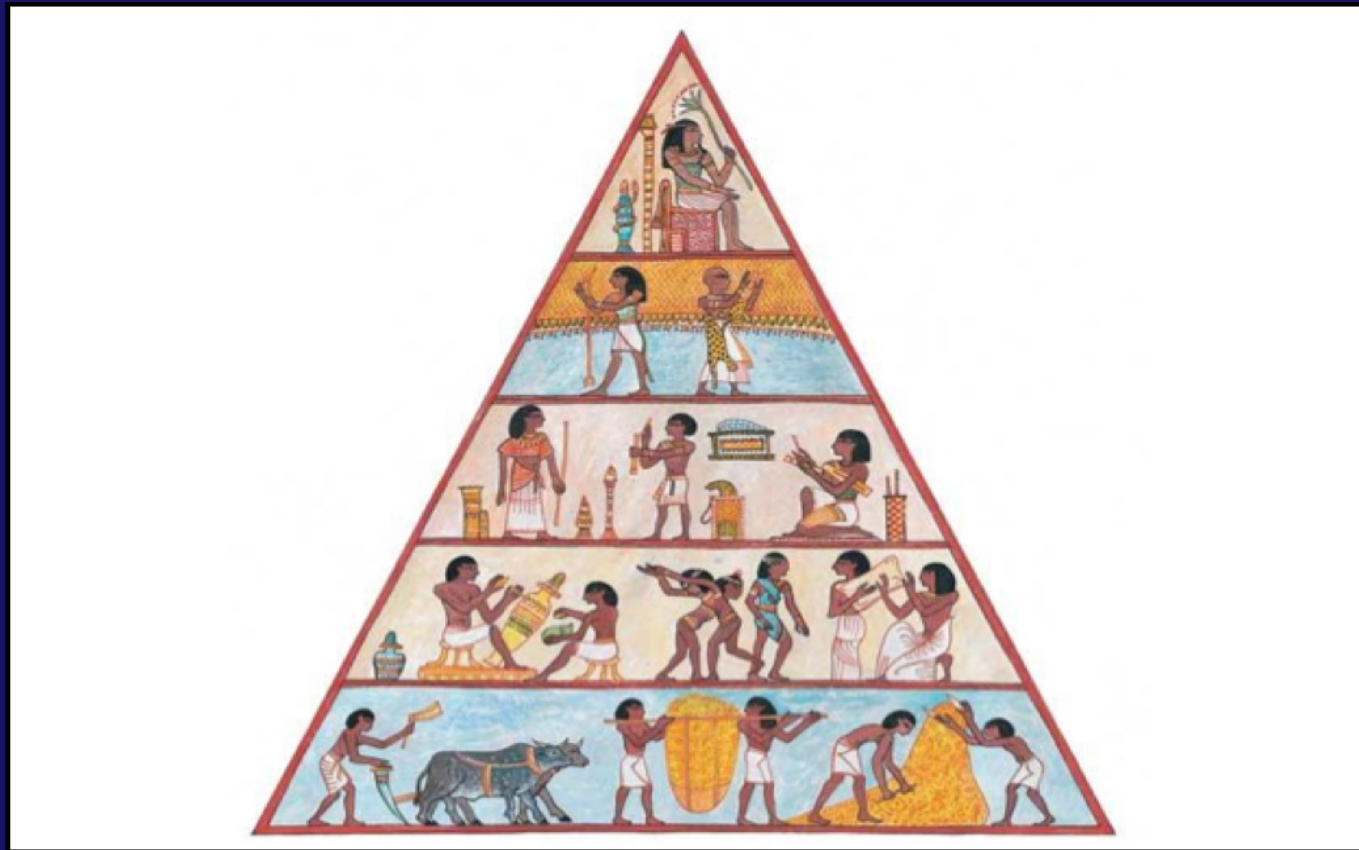
Costi diretti fortemente differenziati (x 10)

Standard qualità disomogenei (formatori, durata, personalizzazione, fasi gestite, tipi di attività, qualità reti partecipanti, ROI)

Mercato fortemente stratificato: fasce destinatari e globalizzazione

4.

Segmentazione della domanda



5

Punti aperti per le Università: è possibile....

1. essere competitivi senza strutturarsi, senza investimenti in costi fissi?
2. operare come hub? Usando competenze esterne, docenti stranieri (45%), e in partnership con big players?
3. operare all'interno di cluster territoriali e settoriali?
4. passare dalla erogazione di certificazioni al ROI della formazione? misurando anche la RAL?
5. passare alla cultura didattica (e di economia della formazione) del rapporto «1:7»?

Sono passati appena 110 anni da quando, sulle orme del taylorismo, The Alfred P. Sloan School of Management iniziò il suo corso XV sulla Engineering Administration



Modelli e percorsi di formazione continua per la formazione superiore in Italia

Un settore in crescita

Paolo Federighi

Prof. Hon. Università di Firenze

RUIAP

Rete Universitaria
Italiana per
l'Apprendimento
Permanente

