

TOMORROW EDUCATION



**Di necessità, virtù.
Il lifelong learning è l'antidoto il
declino demografico?**

MAGGIO 2024

Pier Giorgio Bianchi
pgb@talentsventure.com

Carlo Valdes
c.valdes@talentsventure.com



Scopri Tomorrow
Education

Clicca o inquadra il QR Code

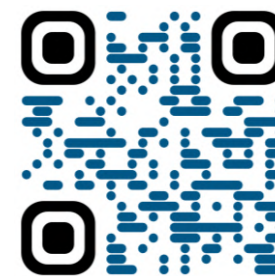
IL TEMA DEL SECONDO WEBINAR DI **TOMORROW EDUCATION DEL 2024**

Domanda di ricerca: *quali caratteristiche devono avere i corsi per rendere efficace il lifelong learning?*

- 1 La demografia e il lifelong learning
- 2 Il panorama attuale del lifelong learning
- 3 Le caratteristiche vincenti
- 4 Conclusioni



TOMORROW EDUCATION



[Scopri Tomorrow Education](#)

Clicca o inquadra il QR Code per scoprire Tomorrow Education

1 | La demografia e la domanda di lifelong learning

Nel 2050 saranno aumentati solo gli over 55

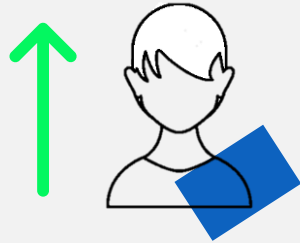
Previsioni demografiche della popolazione italiana nel 2050



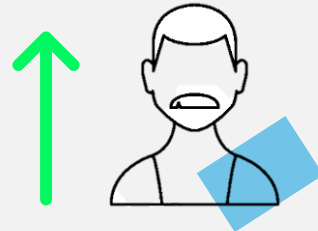
Fonte: Elaborazione Osservatorio Talents Venture su dati ISTAT

Le tre strade per resistere

La necessità del sistema universitario italiano è di aprirsi maggiormente alla fascia adulta della popolazione



**Aumentare il tasso di passaggio
dalle scuole superiori**



**Aumentare la partecipazione di
studenti in età avanzata**

**Bacino molto ampio
(e la laurea sarà un titolo più diffuso)**



**Aumentare la partecipazione di
studenti internazionali**

**Ma occorre cambiare narrazione:
da strategia di sopravvivenza a opportunità di mercato**



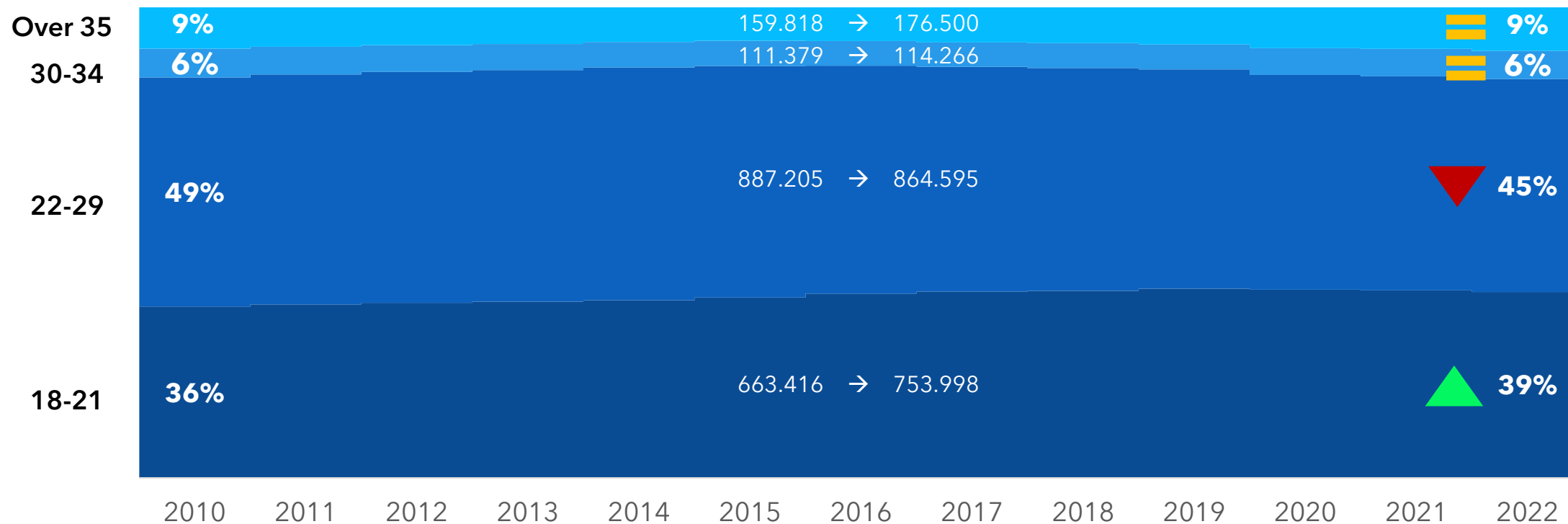
2 | I percorsi di lifelong learning attualmente disponibili

Di necessità, virtù. Il lifelong learning è l'antidoto al declino demografico?

Copyright 2024 | Talent Services SRL. All rights reserved.

Ad oggi, gli adulti nei corsi di laurea sono una minoranza

Variazioni sulla composizione demografica degli iscritti nelle università italiane - a.a. 2010/2011 - a.a. 2022/2023



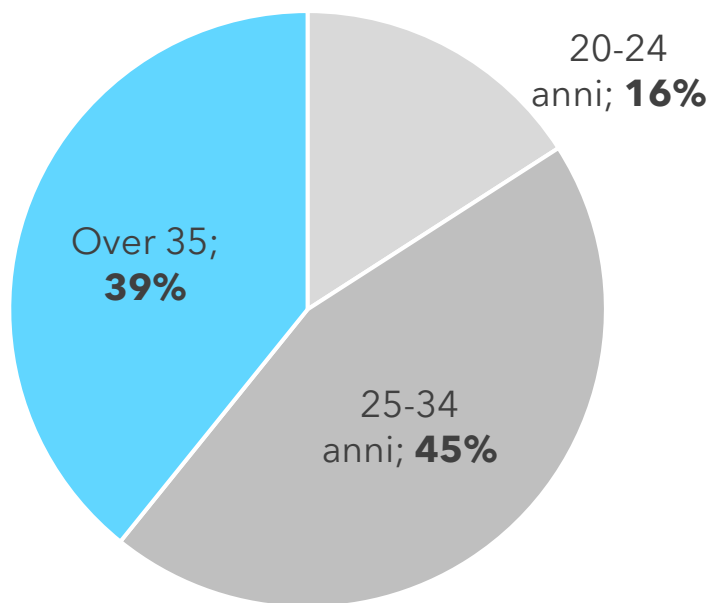
Fonte: Elaborazione Talents Venture su dati MUR

Gli studenti in età avanzata sono appannaggio dei master

Gli iscritti ai Master universitari di I e II livello - a.a. 2022/2023

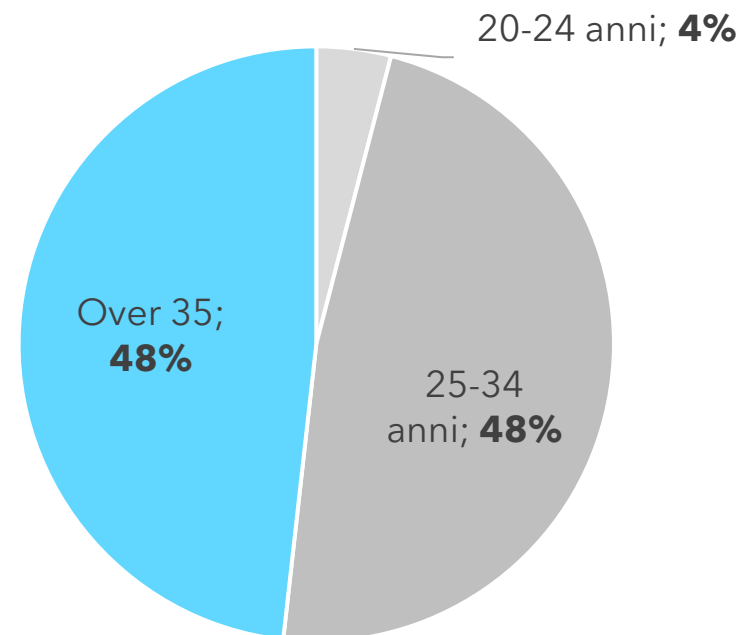
Master I livello

Totale iscritti: 46.054



Master II livello

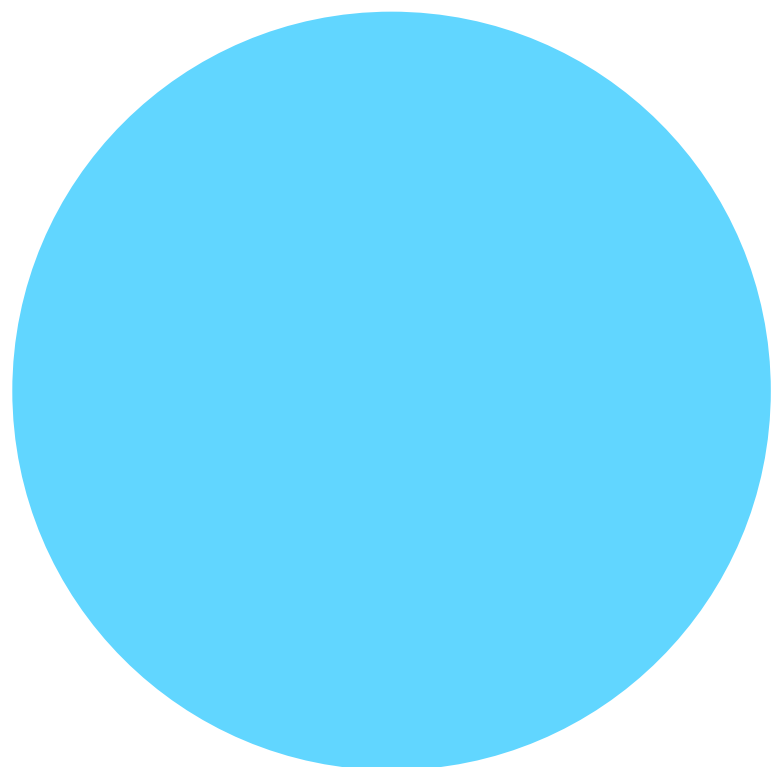
Totale iscritti: 21.378



Fonte: Elaborazione Talents Venture su dati MUR

...ma iscritti e iscritte sono ancora pochi

Gli iscritti ai Master universitari di I e II livello in relazione agli iscritti universitari e alla popolazione 20-55 anni - a.a. 2022/2023



**La popolazione italiana tra i 20 e i 55 anni
(26.809.275)**



**Gli iscritti ai corsi di laurea
(1.909.359)**



**Gli iscritti ai Master universitari
(67.432)**

Da notare che:

- I numeri sono **in crescita** rispetto all'a.a. 15/16
- Si tratta di **studenti scolarizzati** (i moltissimi non laureati restano fuori dal perimetro delle università)

Fonte: Elaborazione Talents Venture su dati MUR

Che cosa studia chi si iscrive ad un Master universitario?

Analisi dei Master universitari con il maggior numero di iscritti: il dominio è delle telematiche

Master I livello

Si concentrano negli ambiti:



**Educazione e
Formazione**



**Medico-Sanitario
e Farmaceutico**

Gli atenei con più iscritti:

1. Novedrate e-Campus
2. Roma Saint Camillus
3. Roma UNITELMA
4. Milano Cattolica
5. Roma UNICUSANO

Master II livello

Si concentrano negli ambiti:



**Economico /
Giuridico**



**Educazione e
Formazione**

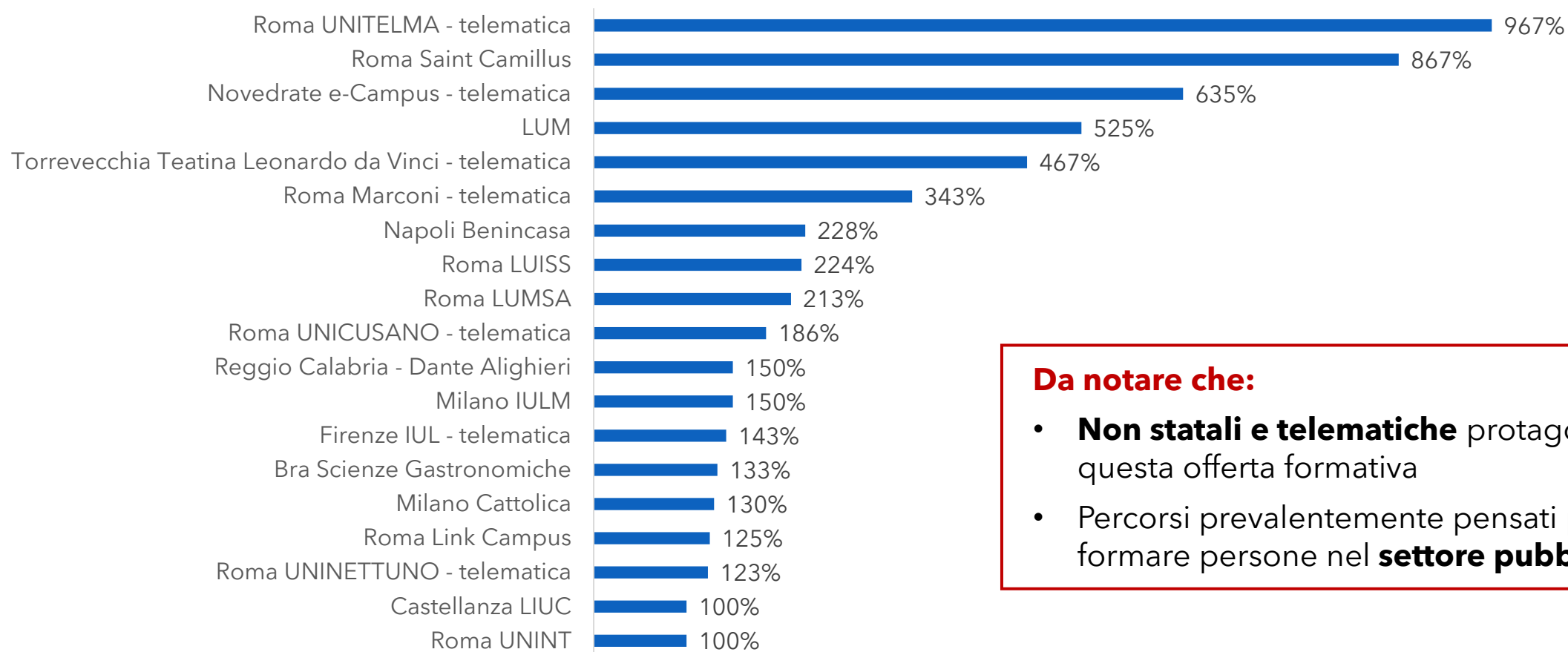
Gli atenei con più iscritti:

1. Roma La Sapienza
2. Milano Cattolica
3. Novedrate e-Campus
4. Roma UNITELMA
5. Padova

Fonte: Elaborazione Talents Venture su dati MUR

Gli atenei che già scommettono sui master (più che sui cdl)

Master di I e II livello in percentuale dei corsi di laurea (a.a. 22/23)



Da notare che:

- **Non statali e telematiche** protagoniste di questa offerta formativa
- Percorsi prevalentemente pensati per formare persone nel **settore pubblico**

Fonte: Elaborazione Talents Venture su dati MUR

Le università non sono gli unici giocatori in questo campionato

Le alternative ai Master universitari tra cui potrà scegliere chi si voglia iscrivere ad un percorso di formazione



I corsi online (MOOCs)

- Durata variabile;
- A pagamento o gratuiti;
- Erogati attraverso piattaforme di società private;
- in linea con le richieste del mercato;
- nessuna verifica dei prerequisiti;
- rilasciano certificazioni.

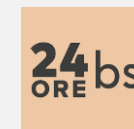
Ad esempio:



I master «non universitari»

- Durata variabile;
- A pagamento;
- puntano a sviluppare competenze immediatamente spendibili nel mercato del lavoro;

Ad esempio:

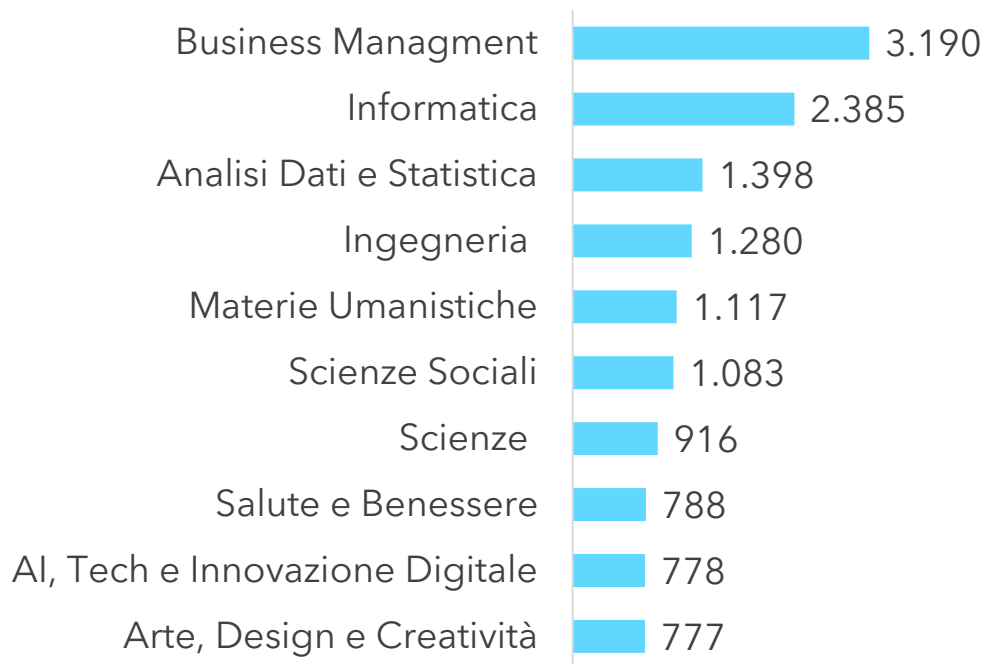


Fonte: Elaborazione Talents Venture su dati EdX, Coursera, Getsmarter, guidamster.it e masterin.it

I corsi online: la risposta migliore alle richieste di mercato

Concentrazione dell'offerta didattica dei corsi online: un focus molto diverso da quello dei Master universitari

I corsi online appaiono essere più in linea con le esigenze dei professionisti impiegati in aziende di vari settori



Fonte: Elaborazione Talents Venture su dati Getsmarter, EdX e Coursera

Caratteristiche principali



Da meno di 2 ore a 4 anni



€0 - €3.000 ca.



Online, sia in autonomia che con il supporto di un docente

Due player italiani principali



Università
Bocconi
MILANO

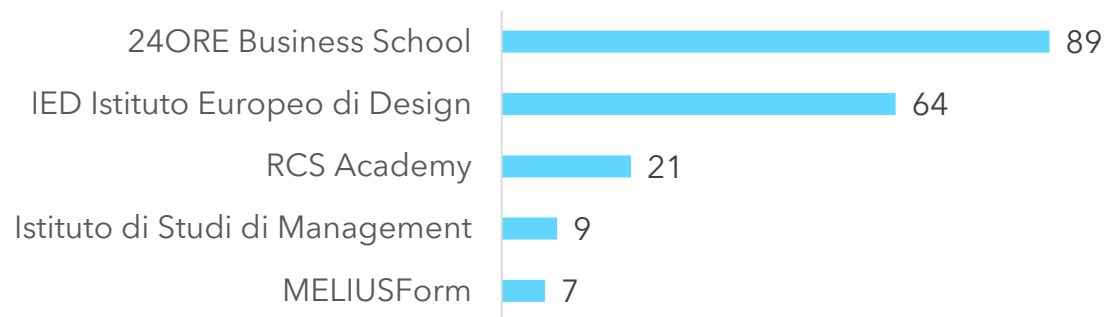


UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI NAPOLI
FEDERICO II

I master «non universitari»

I maggiori provider di master privati: tra di essi anche enti affiliati alle università italiane

I maggiori provider



Esempi di offerta a cavallo tra master universitari e non

Luiss
Business
School

POLIMI GRADUATE
SCHOOL OF
MANAGEMENT

SDA Bocconi
SCHOOL OF MANAGEMENT

BBS
BOLOGNA BUSINESS SCHOOL

Fonte: Elaborazione Talents Venture su dati masterin.it e guidamaster.it

Caratteristiche principali



Da 1 weekend a 2 anni



€175 - €35.000 ca.



Sia online che in presenza

Quali sono i principali ambiti di appartenenza?



Economico



Arte e Design



Politico-Sociale e
Comunicazione

A man in a grey suit is seated in a modern train carriage, looking at a tablet. The train is moving through a landscape with green fields and hills under a cloudy sky. The interior of the train is visible, showing rows of seats and overhead lighting.

3

Le caratteristiche vincenti dei percorsi di lifelong learning

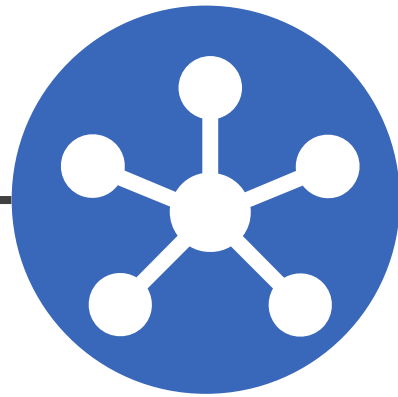
Quali caratteristiche dovranno avere i percorsi di lifelong learning?

I quattro «ingredienti» fondamentali per massimizzare l'efficienza dei percorsi per la formazione continua



AGGIORNATI

Intercettare velocemente le **esigenze del mercato** del lavoro



INTEGRATI

Relazione tra **atenei e aziende** per assicurare ricadute professionali della formazione.



IBRIDI

Strutturare percorsi adatti a una domanda che proviene da **diversi territori**



ETEROGENEI

Affiancare a percorsi **brevi e pratici** anche percorsi **solidi e duraturi**.

Un flusso di lavoro suggerito

Il flusso logico da seguire nel processo di creazione di un nuovo percorso formativo

1 Si individuano le **skills più richieste** nel mercato del lavoro

2 Si individuano le **imprese partner** da coinvolgere

3 Si **struttura il prodotto formativo**

4 Si **lancia il prodotto** sul mercato

5 Si selezionano i **candidati più motivati**

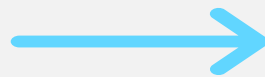
6 Si avvia il percorso formativo con **tirocinio presso le aziende partner**

7 Si monitorano i **risultati occupazionali** post-formazione

Alcune istituzioni da considerare come benchmark

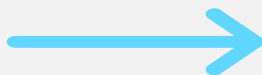
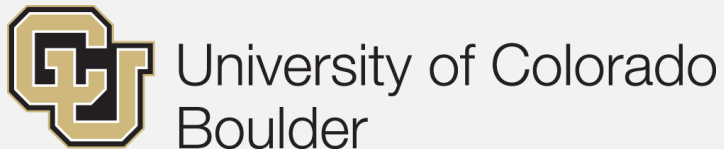
Le istituzioni internazionali che hanno investito nel lifelong learning

L'Institute for Adult Learning della Singapore University of Social Sciences



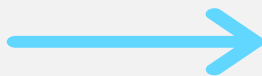
- Un centro autonomo dell'ateneo **specializzato** in percorsi per l'avanzamento professionale;
- Ha ospitato il **Global Lifelong Learning Summit** dell'UNESCO nel novembre 2022.

University of Colorado Boulder



- Uno dei **maggiori provider** di corsi online nelle principali piattaforme;
- Programma «**finish what you started**»: supporto ad hoc per recuperare chi ha abbandonato gli studi.

University of Copenhagen



- La Danimarca è il Paese d'Europa con la maggiore quota di adulti che partecipano in programmi di lifelong learning;
- Offre la possibilità di **customizzare i programmi formativi** sulla base delle proprie esigenze.

Fonte: Elaborazione Talents Venture su dati provenienti dai siti web degli atenei menzionati



4 | Conclusioni



Cambiare la narrazione sul lifelong learning

Passare da una cronaca per cui il lifelong learning è la soluzione al declino demografico (che è parzialmente vero) a quella per cui il lifelong learning è **un'opportunità di mercato**



Comportarsi da big-player, pensare da start-up

È un mondo caratterizzato da **ampia flessibilità normativa** (sul lato dell'offerta) e **eterogeneità di esigenze** (sul lato della domanda i formazione). Questi aspetti sono un'opportunità per **superare alcune rigidità strutturali** che caratterizzano tradizionalmente il mondo della formazione in Italia



Non inventarsi niente.

Il ritardo italiano in materia di lifelong learning rispetto ad altri sistemi occidentali consente di avere una **moltitudine di benchmark a cui ispirarsi**. Individuare i giusti modelli da emulare può costituire una strategia vincente per inserirsi nel mercato.



Senza le aziende non si può fare quasi nulla

Le aziende oggi spesso si dotano di **academy interne** per la formazione perché non trovano nel panorama formativo risposta alle loro esigenze. È questo il **primo bacino di domanda** del lifelong learning.

Il commento di



Prof.ssa **Alessandra Petrucci**
Rettrice Università di Firenze



Dott. **Andrea Laudadio**
Head of TIM Academy & Development

**TOMORROW
EDUCATION**



Il prossimo webinar! Iscriviti usando il QR Code
28 giugno 2024 alle ore h. 11.00
«Guida pratica alla ricerca di talenti dentro le università»

Scrivici a: dati@talentsventure.com