



European-wide e-Learning Recognition Review Report

--- COUNTRY REPORT ITALIA---

SMEs & e-LEARNING (SMEELEARN) PROJECT

ERASMUS+ KA2 [2014-1-UK01-KA202-001610]

<http://www.sme-elearning.net>

Settembre 2015

*Training 2000 e
Viteco
training2000@training2000.it
pd_4@jogroup.eu*

Il supporto della Commissione Europea per la realizzazione di questa pubblicazione non costituisce un tacito assenso sui suoi contenuti, che riflettono esclusivamente il punto di vista degli autori. La Commissione non può essere ritenuta responsabile dell'utilizzo delle informazioni qui contenute.

1. Panoramica sull'e-learning in Italia

Nelle grandi aziende e nelle università internazionali l'e-learning è già da tempo parte integrante dei processi formativi che si rivolgono non soltanto a studenti ed impiegati, ma ad un pubblico globale di giovani ed adulti che utilizzano le nuove tecnologie per aggiornarsi, studiare, seguire i propri interessi ed i propri sogni.

In particolare, in ambito universitario, alcuni corsi online di qualità integrano in modo permanente l'offerta formativa, facilitando la partecipazione di quegli studenti che hanno difficoltà a frequentare le lezioni in classe. In questi casi tutti i percorsi e i materiali online diventano un'opportunità per riaffermare (o migliorare) la visibilità e l'appeal dell' istituto o dell'università. Alcune grandi piattaforme e-learning con una grande quantità di contenuti (MOOC, Massive Open Online Courses) stanno avendo, attualmente, un enorme successo con milioni di studenti e migliaia di corsi offerti¹.

Questo si presenta come un vero e proprio modello di successo poiché risponde ai bisogni di una società in cui non esiste più una separazione netta tra formazione individuale e vita lavorativa. Questo modello può essere introdotto anche in Italia.

In questo paese la formazione online è stata, per anni, quasi esclusivamente ad appannaggio delle università di telecomunicazioni ed è stata considerata di importanza minore dalla cultura accademica. Negli ultimi anni si registra un incremento delle università che offrono corsi di apprendimento a distanza ed utilizzano l'e-learning anche per integrare la formazione faccia a faccia.

L'offerta è, comunque, limitata solamente ai membri dell'università.

L'e-learning e i suoi sviluppi stanno cambiando il concetto di educazione. Il cambiamento è guidato anche dalla crescente domanda di corsi online da parte di grandi e piccole aziende.

Il settore dell'e-learning in Italia ha un volume d'affari di mezzo miliardo di euro, con prospettive di crescita positive. In base ad una recente ricerca condotta da Ambient Insight, una società specializzata in formazione online, nel 2013 il mercato dell'e-learning nell'Europa orientale si aggirava sui 7 miliardi di euro e nel 2016 si pensava che potesse superare gli 8 miliardi, con una crescita annua di circa il 6%. Sono piccolo numeri se si considerano le percentuali a doppia cifra presenti in Asia, Africa e America Latina (tra il 15 e il 17%), ma è abbastanza per essere la seconda area nel mondo, dopo gli Stati Uniti per quanto riguarda l'acquisto di prodotti e servizi relativi alla formazione online.

Considerando una prospettiva globale, secondo un report pubblicato nel 2014 dall'azienda di e-learning Docebo, il 30% della domanda proviene da grandi aziende, le quali generano un fatturato di 17 miliardi di dollari su un totale di più di 50 miliardi. Per poter rimanere e competere in mercati in rapida evoluzione e con una competizione crescente, le aziende si stanno concentrando sul miglioramento delle conoscenze degli impiegati attraverso la formazione online. Queste considerano la formazione continua come un elemento strategico

¹ Piergiovanni Mometto, "e-Learning opportunità d'Italia", Il Sole 24 Ore.

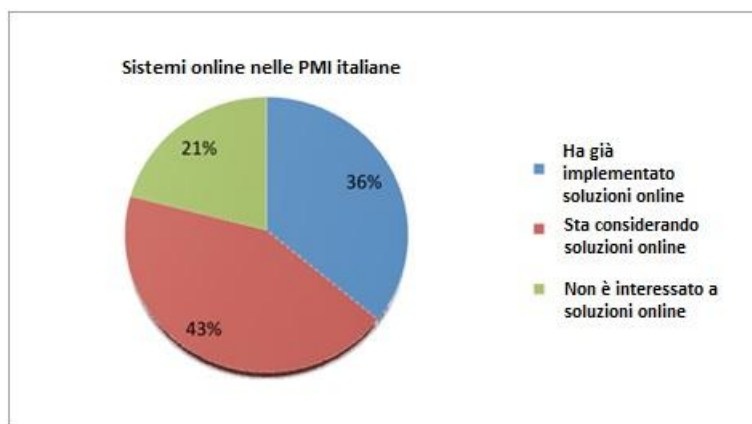
per la competitività dell'azienda, anche in Italia. In base a dati recenti le piccole e medie imprese italiane si stanno avvicinando sempre di più all'e-learning, adottando sofisticate tecnologie per la formazione.

Una recente ricerca condotta in Europa da Ipsos, in collaborazione con CrossKnowledge (leader europeo nella formazione a distanza) e con il centro di ricerca francese Fefaur, mostra che in Italia il 63% delle imprese coinvolte nella ricerca, tra il 2008 e il 2011, ha integrato dei corsi online nei loro programmi di formazione del personale. In questo periodo, a livello europeo, il 56% delle aziende con meno di mille dipendenti ha scoperto la formazione digitale. Il dato può essere comparato con quello delle aziende sopra i 10.000 dipendenti, il 31% delle quali aveva già adottato queste metodologie prima del 2008. Secondo la ricerca, lo scopo delle aziende è di massimizzare l'efficacia della formazione ottimizzando i costi.

La domanda di formazione online, quindi, è in crescita anche in Italia e proviene sia dagli imprenditori, specialmente nel settore delle ICT, che dai dipendenti. I corsi maggiormente richiesti sono quelli legati alla privacy e la sicurezza in rete, allo sviluppo del web e all'amministrazione dei database.

C'è ancora molto da fare. In Italia (ma anche in Europa) il 99% delle aziende è costituito da piccole e medie imprese che rappresentano la colonna portante dell'economia italiana.

Secondo un recente articolo scritto da Claudio Erba², noto imprenditore italiano, uno dei settori chiave in cui le piccole e medie imprese devono investire per aumentare il proprio livello di competitività è proprio il rafforzamento e la formazione delle risorse interne. Come mostrato dal grafico sottostante esiste un trend in Italia che vede le piccole e medie imprese, grazie alla loro elevata flessibilità, molto più propense delle grandi aziende ad esplorare le opportunità offerte dal web.



² <http://www.techeconomy.it/2013/06/27/e-learning-unopportunita-per-le-pmi-adesso/>

Le piccole e medie imprese, in rapporto alle loro dimensioni, investono più delle grandi aziende nella formazione (il 30% in più di ore di formazione all'anno), fornendo ai dipendenti una formazione di qualità con l'utilizzo delle nuove tecnologie disponibili sul mercato.

L'e-Learning è universalmente riconosciuto come uno standard nei processi di formazione aziendale, dal momento che non ha i limiti spazio-temporali della formazione tradizionale. Questo consente alle aziende di adottare un modello di formazione asincrona che sfrutta al meglio il tempo e le risorse disponibili.

Per competere ai massimi livelli e mantenere un vantaggio competitivo sul mercato, le piccole e medie imprese hanno bisogno di gestire una forza lavoro altamente qualificata in linea con gli standard nazionali ed internazionali.

L'e-learning non è uno strumento appropriato solo per le piccole e medie imprese, ma è un elemento essenziale di una strategia formativa che considera il capitale umano centrale per lo sviluppo economico ed organizzativo.

2.3.4. Livello di penetrazione di internet in Italia e modalità di utilizzo.

Rispetto al 2013, il 2014 ha visto un incremento del numero di famiglie italiane che hanno accesso ad internet dalle proprie abitazioni (dal 60.7% al 64%). Tuttavia 21.9 milioni di persone ancora non "navigano" in internet (il 38.3% della popolazione residente). Questi sono in particolare gli anziani, secondo un report del 2014 dell'Istat³ (l'Istituto di Statistica Italiano) sui "Cittadini e le nuove tecnologie".

Il report evidenzia che quasi 22 milioni di persone non hanno mai usato internet. L'Italia occupa gli ultimi posti in Europa per l'utilizzo del web. Peggio solo Bulgaria e Romania. La ricerca dell'Istat ha mostrato che le percentuali maggiori di chi non utilizza internet si concentrano tra gli anziani e coloro che sono in pensione: la percentuale di chi non utilizza la rete è del 74,8% tra i 65 e i 74 anni e sale al 93,4% tra gli over 75.

Tuttavia i 22 milioni di italiani che non hanno mai utilizzato internet non sono costituiti soltanto da anziani.

Anche il numero di bambini è abbastanza elevato (1,5 milioni tra i 6 e i 10 anni), nonostante vengano considerati "nativi digitali". Nelle famiglie in cui i genitori utilizzano internet, i bambini sono maggiormente spinti ad utilizzarlo. Infatti nelle famiglie in cui entrambi i genitori utilizzano la rete, la percentuale di bambini tra gli 11 e i 14 anni che non la utilizzano scende al 6,7%. Nelle famiglie in cui nessuno dei genitori utilizza il web la percentuale, invece è del 40,1%.

A livello geografico coloro che non utilizzano la rete risiedono maggiormente al sud e nelle isole (rispettivamente 45.5% e 43%), mentre nel nord e nel centro Italia quasi i due terzi della popolazione utilizza internet. L'Italia rimane in fondo alla classifica per numero di persone tra i 16 e i 74 anni che utilizza internet. Rispetto alla media europea (72%) ed a quella di paesi come

³ <http://www.istat.it/it/archivio/143073>

Olanda, Lussemburgo, Svezia e Danimarca, l'Italia ha delle performance notevolmente inferiori occupando il terzultimo posto della classifica con il 56%, insieme alla Grecia.

A seguito dell'analisi di 33 parametri in cinque diverse aree (connettività, abilità digitali, attività online, integrazione delle attività economiche, servizi digitali pubblici), la Commissione Europea ha stabilito che l'Italia "è tra i paesi con performance più basse, sotto la media EU (0,47 punti). Secondo Brussels l'Italia dovrebbe fare degli sforzi per "accrescere la domanda" nell'utilizzo della rete. "Soltanto il 59% degli utenti (una delle percentuali più basse d'Europa) utilizza internet regolarmente e il 31% della popolazione non ha mai utilizzato internet".

Per ciò che riguarda le aziende italiane, possiamo dire che si registrano alcuni progressi nell'ultimo anno, ma soltanto il 5.1% delle piccole e medie imprese utilizza servizi di e-commerce. Per quanto riguarda i servizi pubblici online, l'Italia si sta avvicinando alla media europea, ma il livello di e-government è ancora basso, sia per uno sviluppo insufficiente, sia per la mancanza di competenze digitali tra i cittadini.

L'Italia è al 26° posto per lettura di notizie online, al 22° per utilizzo di social network e al 12° per la fruizione di video, musica e online game.

Anche le motivazioni che accompagnano questi dati sono alquanto significative: il 41.7% delle famiglie afferma di non avere accesso ad internet perché non sa come utilizzarlo; il 26,7% considera internet inutile e poco interessante; il 12.7% non accede ad internet dalla propria abitazione perché può accedere da un altro luogo; l'8,5% ritiene la connessione internet troppo costosa.

Il digital divide⁴ in relazione alla distribuzione geografica e alle differenze sociali rimane stabile: le famiglie del nord e centro Italia che hanno un computer ed accedono ad internet da casa sono rispettivamente il 66% e il 66.6%, contro il 57.3 % e 58.3% delle famiglie del sud. Questa divisione si evidenzia anche nell'accesso alla banda larga: 56.4% al sud contro il 65.4% nel centro-nord.

C'è anche una piccola differenza rispetto al genere degli utenti internet: il 59.3% degli uomini utilizza un personal computer rispetto al 50.2% delle donne, mentre il 62.3% degli uomini naviga su internet rispetto al 52.7% delle donne. I maggiori utilizzatori di personal computer e di internet sono i giovani tra i 15 e i 24 anni (rispettivamente sopra l'83% e sopra l'89%).

Nonostante questi dati poco incoraggianti e gli scarsi investimenti pubblici, secondo il recente report dell'Istat, le aziende italiane investono e credono nella digital economy.

Il 98.2% delle aziende italiane con almeno 10 dipendenti ha una connessione internet (la percentuale nel 2013 era il 96,8%) e il 95% ha accesso alla banda larga, fissa o con dispositivi mobile.

L'adozione di software per la raccolta e condivisione di informazioni sui propri clienti è cresciuta dal 13,3% al 28,2%.

È in crescita anche l'utilizzo di software per la condivisione automatica delle informazioni tra le diverse aree dell'azienda.

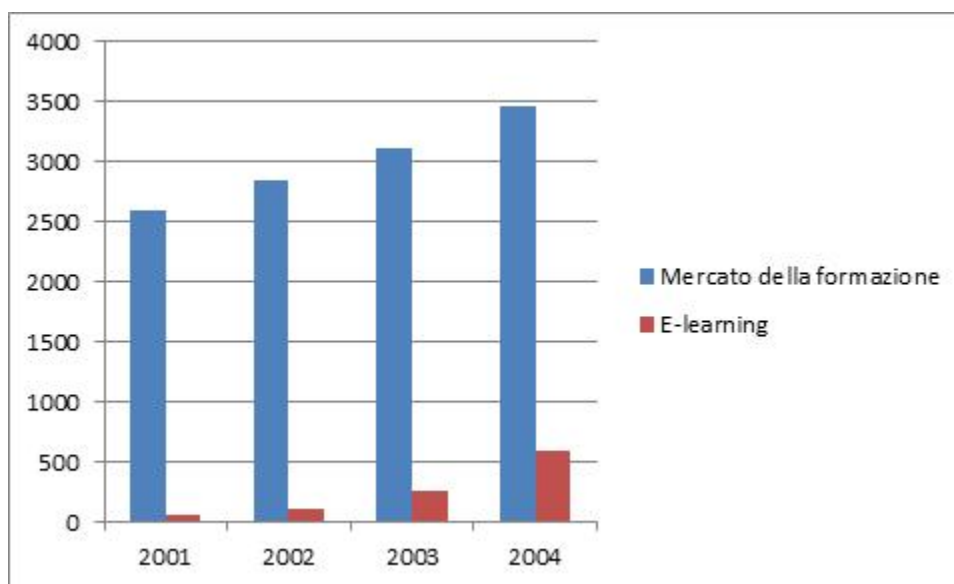
⁴ <http://www.istat.it/it/archivio/internet>

Solo il 69.2% delle aziende con almeno 10 impiegati ha un sito web (la percentuale cresce all'88,9% per le aziende con più di 250 dipendenti). Quasi il 32% di queste utilizza i social network (51.9% delle aziende con più di 250 impiegati).

In riferimento all'e-commerce, aumenta il numero di aziende che vendono i propri prodotti o servizi online (dal 7,6% nel 2012 all'8,2% nel 2013). Il valore totale generato dalle attività e-commerce è il 7,1% del totale (2.3% nelle piccole imprese, 10.7% nelle grandi aziende).

5. Lo stato dell'e-learning in Italia

In Italia, l'e-learning venne introdotto alla fine degli anni '90. Nei primi anni 2000 il valore del mercato relativo all'e-learning ha fatto registrare una grande crescita. Il grafico sottostante mostra il valore del mercato dell'e-learning sul totale dei ricavi generati dalla formazione dal 2001 al 2004.

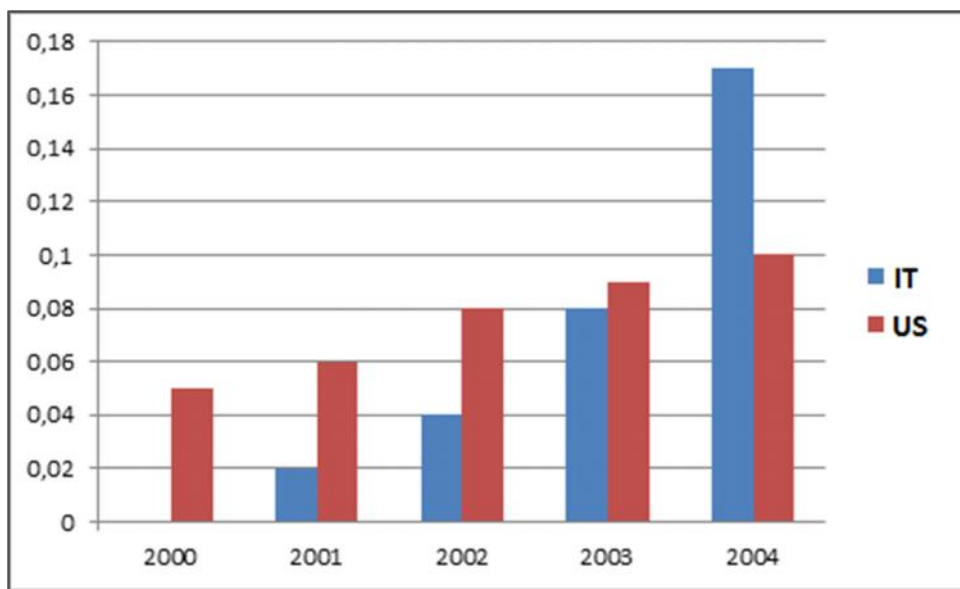


Risulta evidente che la crescita del valore dell'e-learning è stata notevole, specialmente in considerazione della crescita globale del mercato italiano della formazione. L'investimento nell'e-learning nel 2002 è stato del 3,8% sul totale, mentre nel 2003 è stato dell'8,2%.

Una stima per l'anno 2004 ha definito un volume d'affari di € 600.000.000 per quanto riguarda la formazione in azienda⁵.

⁵ Gian Paolo Bonani, Massimiliano Di Pace, Fiorina Ludovisi, Giorgio Paglia, Franco Vitucci, *Guida all' e-learning. Scenari e prospettive di utilizzo per il management di PMI*

Comparando lo sviluppo dell'e-learning in Italia e negli USA (il 5% sul totale del mercato della formazione nel 2000 e previsione del 10% nel 2004) è evidente l'enorme potenziale dell'e-learning.



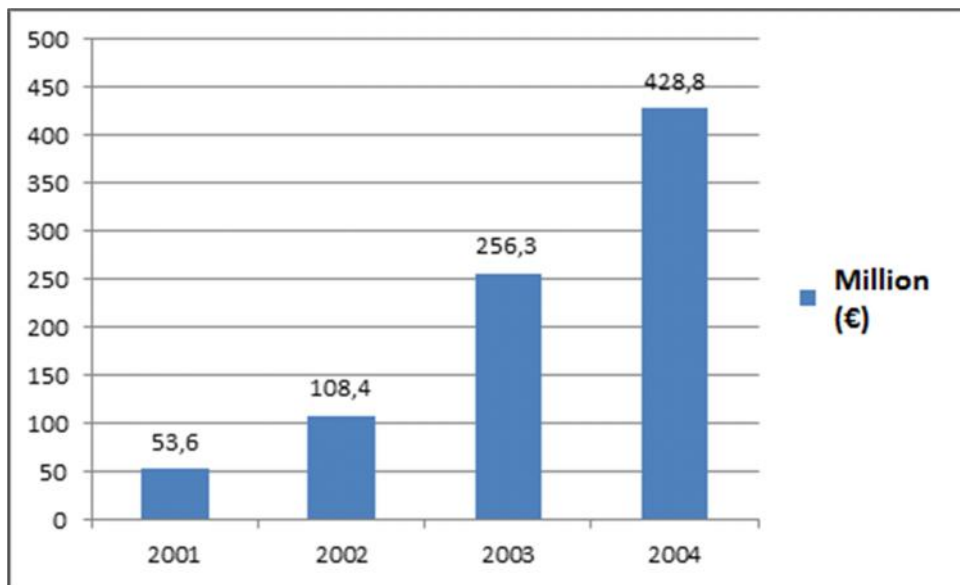
Nel 2002 è stata condotta una ricerca su 257 corsi e-learning di informatica (27.6%), economia ed economia aziendale (21%), marketing, comunicazione (16.3%) ed insegnamento (14.8%). Nel campione sono presenti in modo considerevole anche corsi internet e ICT (10.1%). Non ci sono molti corsi di lingue (3.5%), patrimonio culturale, ambiente (3.5%), grafica e design (2.7%) ed ambito medico (0.4%)⁶.

Riguardo alle metodologie di formazione, il campione analizzato mostra che in molti casi la metodologia usata è l'auto apprendimento (57.4%). Un'alta percentuale di corsi è basata su lezioni pre-impostate (31.9%). I restanti corsi hanno usato l'apprendimento collaborativo (4.3%) o altre metodologie (4,3%)⁷.

Nel 2004 la ricerca "Rapporto Assintel" sull'e-learning, ha evidenziato un fatturato di circa € 430.000.000 considerando i contenuti (57%), le tecnologie (21%) e i servizi (22%).

⁶ Alessandro Obino, Simona Rossano, *Indagine sull'e-learning in Italia*
http://www.academia.edu/8421656/Indagine_sulle-learning_in_Italia_-_Internetime

⁷ *Ibidem*



La stessa ricerca ha evidenziato come il mercato italiano dell'e-learning fosse ancora a livello iniziale in rapporto ad altri mercati più sviluppati come, per esempio, quello USA o Nord Europeo.

Nonostante questa situazione le aziende hanno iniziato a considerare l'e-learning utile per:

- Ridurre i costi;
- Migliorare la flessibilità della formazione;
- Migliorare il coinvolgimento dei partecipanti;
- Personalizzare la formazione;
- Riutilizzare ed aggiornare continuamente i contenuti.

I corsi online sono stati attuati prevalentemente attraverso tre metodologie: in locale, attraverso la intranet dell'azienda e attraverso l'accesso al sito web del provider.

Nel 2003 e 2004 era stato stimato che la formazione online fosse l'8% del totale dell'investimento in educazione e formazione. Le previsioni stimavano una crescita di circa il 50% all'anno, fino al 2006. Queste previsioni hanno considerato anche il potenziamento della banda larga in Italia, lo sviluppo delle ICT e dell'alfabetizzazione digitale.

Le aziende, sia pubbliche che private, sono i principali attori della domanda di corsi e-learning (82%), seguite dalle scuole e dalle università (11%) e da utenti singoli (7%). La metodologia *blended learning* (faccia a faccia + online) è quella più diffusa in Italia⁸.

⁸ Maurizio Cucchiara, *Il mondo dell'e-learning* - <http://www.mc2elearning.com/html/e-learning.html>

Nel 2007 il Ministro per le riforme e le innovazioni nella pubblica amministrazione ha manifestato la volontà di implementare progetti e-learning allo scopo di supportare la formazione continua nelle pubbliche amministrazioni. Il Ministro suggeriva di utilizzare metodologie e strumenti e-learning per produrre contenuti educativi digitali e creare un network per condividerli.

Una ricerca condotta dall'Osservatorio e-learning su 251 enti pubblici (Regioni e Province), ha mostrato che il 40% del gruppo target era coinvolto in qualche progetto e-learning. I contenuti sono relativi alle ICT (30%), alla formazione su leggi e norme (15,38%) e all'apprendimento delle lingue (14,10%)⁹.

In Italia, un settore molto importante per la formazione e-learning è costituito dalle università. Nel 2008 le università hanno offerto 45 corsi online contro i 24 dell'anno precedente, con più di 50.000 studenti coinvolti.

Il 24% dei partecipanti è costituito da studenti a tempo pieno, il 36% svolge un lavoro part-time e il 40% ha un lavoro a tempo pieno. Il 19% degli studenti ha circa 20 anni e il 30% ha più di 30 anni¹⁰.

Una ricerca nazionale svolta nel 2007 dalla "Società Italiana di E-learning (Sie-I)" ha evidenziato un alto livello di insoddisfazione riguardo alla qualità dei servizi e-learning. Il 63% del campione ha indicato una scarsa qualità nei corsi, prevalentemente a causa della mancanza di riferimenti teorici o di un corretto design. Questi fattori hanno ridotto il potenziale dell'e-learning¹¹.

Il documento "[Osservatorio Italia Digitale 2.0 report](#)" pubblicato da Confindustria nel 2009 ha mostrato come in Italia la lenta diffusione della banda larga abbia un impatto negativo sull'implementazione dell'e-learning. Soltanto il 47% degli italiani utilizza internet. 22.000.000 di persone non hanno accesso alla banda a 20Mbps band e il 48% delle famiglie non ha un PC. In queste condizioni non sorprende che il mercato dell'e-learning in Italia non sia comparabile con quelli dei paesi più sviluppati e che i programmi educativi siano limitati e tecnologicamente obsoleti¹².

L'Istituto Italiano di Statistica (ISTAT) aveva dichiarato che il 36% degli utilizzatori di internet usa internet per cercare informazioni e contenuti relativi alla formazione. Questa percentuale era cresciuta dello 0,5% nel periodo tra il 2009 e il 2010. Il 51% di questi è costituito da persone tra i 18 e i 24 anni, il 39,3% è costituito da femmine e il 34,1% da maschi.

⁹ E-Learning e Innovazione, Isfol 2008 -

http://isfoloa.isfol.it/bitstream/123456789/97/1/Isfol_Convegno_elearning_innovazione.pdf

¹⁰ Monica Beltrametti, Riccardo Lattanzi, Monica Coppi, Paolo Vincenzo Genovese, Pupa Gilbert, E-learning: la rivoluzione in corso e l'impatto sul sistema della formazione in Italia -

https://www.aspeninstitute.it/system/files/private_files/2014-09/doc/Formazione_Online_exec_summary.pdf

¹¹ <http://bricks.maieutiche.economia.unitn.it/?p=2170>

¹² Osservatorio Digitale 2.0 report - <http://www.confindustriasi.it/news-671.html>
<http://lorenz77.altervista.org/wordpress/category/elearning/>

Il 72% delle persone che utilizzano internet per apprendere qualcosa è costituito da giovani dai 15 ai 24 anni¹³.

6. Panoramica dell'attitudine generale nei confronti dell'e-learning in Italia

Secondo gli esperti la situazione italiana è caratterizzata dalla coesistenza di casi di eccellenza con situazioni di bassa qualità. Sfortunatamente è difficile capitalizzare e condividere le lezioni apprese per migliorare il livello generale dei servizi e-learning. C'è un chiaro bisogno di migliorare la qualità dell'offerta e-learning, favorendo lo sviluppo di infrastrutture tecnologiche e delle reti. I principali fattori di criticità sono la frammentazione delle diverse iniziative, lo sperpero di risorse pubbliche e la mancanza di un sistema di valutazione comune. Non c'è comunicazione tra chi fornisce i servizi e-learning e i casi di eccellenza non sono visibili e condivisi.

Un altro punto critico è costituito dalla percezione dell'e-learning come un sistema non funzionale all'innovazione, allo sviluppo delle organizzazioni e ai processi lavorativi. Questo avviene perché l'e-learning in Italia ancora è distante dalle dinamiche del lavoro o dei progetti concretamente attuati dalle aziende e si basa ancora su contenuti tradizionali.

La ricerca condotta da ISFOL (Istituto per lo sviluppo della formazione professionale dei lavoratori) ha rivelato il bisogno di migliorare due aspetti fondamentali: raccogliere e capitalizzare le esperienze, le conoscenze e le competenze sviluppate nei progetti e-learning e migliorare la qualità dei servizi e delle risorse¹⁴.

In Italia ci sono diverse organizzazioni (Regioni, enti di formazione, Università, aziende etc...) che stanno utilizzando la metodologia e-learning per migliorare le competenze degli utenti. Alcuni enti pubblici, in particolare, hanno implementato progetti e-learning innovativi attraverso la realizzazione di partnership a livello europeo. I fondi provenienti dallo Stato per lo sviluppo dell'e-learning negli enti pubblici, sebbene manchi una strategia precisa, hanno prodotto alcuni risultati nell'adozione di questa metodologia. La mancanza di una strategia coerente ha prodotto uno scenario molto confuso. Questo fa sì che ogni volta sia necessario creare "ex novo" nuovi parametri per pianificare dei corsi e-learning. Sarebbe più semplice ed efficace creare dei database in cui condividere le buone pratiche e gli standard comuni per gestire questi processi.

In Italia sono presenti alcuni progetti sull'e-learning, ma questi vengono ostacolati da problemi di natura tecnologica e burocratica. Anche le buone pratiche rilevabili in Italia hanno mostrato di utilizzare delle tecnologie elementari. Non ci sono elementi innovativi che consentono di

¹³ E-learning: i dati del Cedefop e dell'Istat sull'utilizzo di internet in Italia nei paesi dell'Unione europea
<http://www.rivistauniversitas.it/Articoli.aspx?IDC=2183>

¹⁴ E-Learning e Innovazione, Isfol 2008 -
http://isfolo.isfol.it/bitstream/123456789/97/1/Isfol_Convegno_elearning_innovazione.pdf

realizzare i corsi in modo più efficace e collaborativo. Questo è dovuto alla mancanza di fondi e di consapevolezza riguardo al potenziale dell'e-learning.

L'interesse degli enti pubblici è in costante crescita (in particolare per quanto riguarda le Regioni). Alcune Regioni Italiane sono coinvolte in processi di condivisione di materiale educativo riutilizzabile. Senza dubbio, l'e-learning potrebbe essere un fattore chiave per la crescita degli enti pubblici e dell'economia italiana.

Per quanto riguarda le aziende si osservano diverse dinamiche. Nelle grandi aziende si registra un aumento delle attività e-learning (nelle grandi aziende il 60% della formazione sulle ICT è svolto attraverso l'e-learning). Nelle piccole e medie imprese l'implementazione dei sistemi e-learning è molto lenta e non soddisfa le aspettative. Ci sono due modalità di utilizzo dell'e-learning nelle piccole e medie imprese: come attività formale e strutturata con programmi pre-impostati per l'auto apprendimento e come strumento di informazione e comunicazione a supporto dei dipendenti.

Lo sviluppo dell'e-learning nelle aziende ha incontrato quattro ostacoli tipici in Italia:

- Una avversione, radicata nella cultura popolare, alle nuove tecnologie;
- La mancanza di appropriate infrastrutture tecnologiche;
- L'abitudine di sviluppare i progetti a livello universitario senza trasferire le conoscenze e testare i risultati nel mondo delle aziende;
- Pensare di risolvere rapidamente tutti i problemi relativi ai costi della formazione.

Secondo quanto sostiene Gabriele DAVIS, l'e-learning in Italia per quanto riguarda le aziende è stato, prima ridicolizzato, poi esplorato (troppo in fretta e male) e infine abbandonato. È stato rifiutato. Molte volte abbiamo sentito dire:

- "Sì, l'ho provato, ma non funziona" o
- "Abbiamo avuto molti problemi con l'e-learning" o
- "Abbiamo iniziato, ma la persona che se ne occupava non lavora più qui o ha abbandonato il progetto".

Oggi le aziende italiane hanno bisogno dell'e-learning per aumentare le conoscenze, le abilità e le competenze. Da alcuni anni, grazie al fatto che diverse multinazionali hanno adottato questa metodologia formativa e l'hanno esportata nei paesi in cui operano, i manager italiani hanno iniziato ad investire con coraggio in questo settore.

Molti sviluppatori in tutto il mondo, ed anche in Italia, stanno abbandonando la produzione di corsi costosi e ingombranti in favore dei nuovi standard 2.0¹⁵.

¹⁵ Gabriele DAVIS, *E-learning in Italy needs to run* - <http://elearningindustry.com/e-learning-in-italy-needs-to-run>

7. “Caso studio” sull’utilizzo dell’e-learning

Cos’è TRIO¹⁶

TRIO (technology, research, innovation and orientation) è il sistema di web learning della Regione Toscana. Rende disponibile ai cittadini ed alle organizzazioni pubbliche e private un catalogo con più di 1.700 risorse educative e corsi gratuiti. Il sistema offre anche servizi di tutoraggio gratuiti, assistenza e servizi dedicati al collaborative learning, tutti accessibili in remoto attraverso la rete.

TRIO nasce nel 1998, come progetto di tele-training finanziato dalla Regione Toscana attraverso il Fondo Sociale Europeo (FSE).

TRIO è localizzato in tutte le Province della Toscana con un network di centri di formazione in cui gli utenti possono accedere ai corsi. Nei centri di formazione sono state organizzate delle postazioni per l’utilizzo gratuito di PC ed internet con dei tutor che forniscono assistenza a coloro che partecipano ai corsi TRIO.

Il sistema TRIO è aperto a tutti. Può essere utilizzato facilmente sia a livello nazionale che internazionale grazie ai corsi in diverse lingue.

Si basa su una piattaforma di apprendimento online open source che consente di ridurre i costi operativi, assicurando un’offerta formativa in linea con gli standard europei e completamente gratuita per gli utilizzatori finali.

TRIO ha più di 1.700 risorse gratuite per l’apprendimento distribuite in 16 aree tematiche. Ogni corso si compone di diversi moduli con risorse audio, video o immagini che semplificano la navigazione e migliorano la qualità della formazione. I corsi si dividono in raccolte o percorsi tematici al fine di fornire un approccio multidisciplinare attraverso cui conseguire un certificato finale.

¹⁶ <http://www.progettotrio.it/trio/>

8. Conclusioni

L'e-learning è sicuramente considerato come uno dei principali fattori che, a livello globale, possono guidare lo sviluppo dell'educazione e dell'economia dei paesi. I recenti sviluppi delle metodologie e-learning, caratterizzati dalla diffusione dei MOOC (Open Educational Contents), di strumenti cloud based e altri elementi, hanno migliorato l'efficacia dei corsi ed hanno ridotto i costi.

Questa consapevolezza sta emergendo anche in Italia, sebbene ci sia ancora molta strada da fare prima di raggiungere una sistemica implementazione di questa metodologia.

Il panorama dell'e-learning in Italia è caratterizzato dalla presenza di tre attori principali: università, enti pubblici ed aziende.

Le università sono state tra le prime organizzazioni ad implementare dei sistemi e-learning in Italia. Oggi si possono contare diverse università telematiche e la maggior parte delle tradizionali università italiane offre dei corsi e-learning permanentemente integrati nell'offerta formativa standard, al fine di facilitare la frequenza ai corsi a studenti che hanno difficoltà ad essere presenti in aula.

Anche l'interesse degli enti pubblici è in costante aumento. Nel 2007 il Ministro delle riforme e delle innovazioni nella Pubblica Amministrazione diede un forte impulso alla diffusione di progetti e-learning che supportassero la formazione continua nelle pubbliche amministrazioni. Alcune Regioni italiane hanno creato portali e-learning per offrire corsi su argomenti specifici a diversi gruppi target all'interno del personale della pubblica amministrazione.

Per quanto riguarda le aziende, sebbene la formazione continua sia considerata uno dei fattori strategici per l'innovazione e la competitività, possiamo osservare diverse dinamiche. L'e-learning viene utilizzato, per lo più, nelle grandi aziende. Nelle piccole e medie imprese, al momento, l'implementazione dei sistemi e-learning procede a rilento e non soddisfa i bisogni degli utenti.

Il settore dell'e-learning in Italia mostra un enorme potenziale, ma la sua situazione attuale non può essere comparata a quella dei paesi più avanzati in questo campo come quelli di America, Nord Europa e Asia. Questo è dovuto a diversi fattori, il principale dei quali sembra essere la mancanza di infrastrutture adeguate.

La lenta diffusione della banda larga ha un impatto certamente negativo sull'implementazione dell'e-learning. 22.000.000 persone non hanno ancora accesso alla banda a o 20Mbps. Nel 2014 il 64% delle famiglie italiane aveva accesso ad internet, ma c'erano ancora 21.9 milioni di persone che non utilizzava internet (per lo più anziani e bambini).

Un'analisi condotta dalla Commissione Europea sull'integrazione delle tecnologie digitali negli stati membri ha mostrato che l'Italia si posiziona al 25° posto su 28 stati membri. Questa situazione non consente di comparare il mercato dell'e-learning italiano con quello degli stati più avanzati. È comprensibile come i programmi educativi siano limitati e tecnologicamente poco evoluti.

C'è un chiaro bisogno di aumentare la qualità dell'offerta e-learning. La frammentazione delle iniziative, lo sperpero di denaro pubblico e la mancanza di un sistema di valutazione comune, costituiscono i principali punti critici. Non c'è comunicazione tra i vari provider e le buone pratiche non sono condivise e visibili.

L'e-learning in Italia ha bisogno di una strategia coerente che preveda la definizione di alcuni parametri per la pianificazione dei corsi e-learning, delle linee guida comuni per la valutazione degli stessi e spazi online per la condivisione di buone pratiche e standard comuni di gestione dei processi.