Sulla differenza tra didattica istituzione e didattica conto terzi (o formazione aziendale)

È in corso di istituzione la prima edizione di un corso di aggiornamento e, nella proposta di attivazione, si chiarisce che esso è riservato ad aziende operanti nel settore (... omissis...) e che è già stato stipulato un accordo con un'azienda (... omissis...) che finanzierà interamente il corso.

Il docente proponente chiede di valutare se sia possibile evitare, contrariamente a quanto di norma avviene, la pubblicazione del bando di ammissione, dal momento che l'azienda finanziatrice - e che ha chiesto l'attivazione del corso - ha già individuato i partecipanti tra i suoi dipendenti.

È necessario chiarire che l'attività di formazione erogata dall'Ateneo può rispondere a **due schemi essenziali**.

Nel primo caso l'Ateneo, in risposta a specifiche esigenze del mercato del lavoro, promuove corsi di aggiornamento nell'ambito delle attività istituzionali.

L'Università può venire a conoscenza di tali esigenze nei modi più diversi, tra cui anche richieste di aziende che operano sul mercato.

La disciplina di attivazione dei corsi di aggiornamento risiede nell'art. 6 co. 2 lett. c) e co. 4 della L. 341/1990 che rimanda ai regolamenti didattici di Ateneo le disposizioni di dettaglio. Nel caso del nostro Ateneo vi è un ulteriore rinvio ad un regolamento ad hoc che prevede, per i corsi di aggiornamento, una procedura identica a quella di attivazione dei master (v. art. 13 co. 4, *Regolamento per l'istituzione di corsi per master universitario, corsi di perfezionamento e corsi di*

aggiornamento e formazione permanente). Tutto il procedimento di istituzione e attivazione coinvolge unicamente personale, strutture e organi di Ateneo e prevede uno schema tipo in cui l'unico spazio lasciato per enti e società è relativo a forme di sostegno che questi possono eventualmente garantire (art. 2).

In sintesi, qualora l'Ateneo opti per attivare - ancorché a fronte di una richiesta aziendale - un corso di aggiornamento secondo regolamento, e quindi nell'ambito delle attività istituzionali, la possibilità di partecipazione a tale corso deve essere portata a conoscenza di una pluralità indistinta di fruitori mediante un atto quale il bando, cui deve essere garantita la necessaria pubblicità.

Date queste premesse non è possibile per l'Ateneo permettere ad un ente privato, ancorché finanziatore, di monopolizzare l'attività istituzionale mediante l'omessa emanazione e pubblicazione di un bando.

Qualora invece un'azienda volesse garantirsi da subito l'unicità della fruizione di un'attività di formazione, esclusiva e "tailor made", lo schema di riferimento è quello contrattuale, divenendo così rilevante la disciplina che si rinviene, a livello interno, nell'art. 6 del *Regolamento relativo ai contratti e convenzioni per attività di autofinanziamento in collaborazione o per conto di terzi*. Mediante il contratto di formazione aziendale, che deve rispondere ad uno schema-tipo, i rapporti tra Ateneo e azienda sono improntati a maggiore libertà di negoziazione.

È d'obbligo richiamare l'importanza del corretto ed inequivocabile inquadramento dell'attività nell'ambito di uno schema formale, poiché da questo discendono diversi regimi didattici, di retribuzione, fiscali e negoziali.