

L'INTERVISTA

“Non è marketing così aiutiamo chi non può pagarsi gli studi”

ROMA. Il pro rettore dell'Università Bicocca di Milano, Paolo Cherubini (*nella foto*), dice che in Italia gli atenei non possono fare marketing spinto. Se attrai troppi studenti poi non hai le aule per ospitarli. Soprattutto non hai docenti. «Abbiamo un rapporto studenti-insegnanti fissato per ogni classe di laurea, se non lo manteniamo l'Anvur non ci accredita i corsi di studi».

L'Europa ci chiede di arrivare nel 2020 al 26% di giovani con una laurea triennale in mano.

«In Italia siamo sotto il 20 e non siamo messi nelle condizioni di raggiungere quei risultati. L'obiettivo dei paesi del Nordeuropa è il 40%».

Però potete selezionare gli studenti più motivati.

«Alla Bicocca cerchiamo di farlo con equità sociale. Lo studente che si iscrive da noi non deve abbandonare, e sappiamo che diversi abbandoni dipendono dalle rate».



Quanto è la vostra, in media?

«Milleduecento euro l'anno».

E chi non può pagarla?

«Abbiamo una strategia ampia. Il prossimo anno variamo i crediti di merito. Valgono 125 euro l'uno e se ne possono prendere otto per tutto l'arco di laurea. Vanno spesi nella successiva iscrizione o in un corso di inglese o per il programma Erasmus. Per ottenere i crediti bisogna avere la media del 27 e laurearsi in corso con un minimo di 105».

Può bastare?

«Abbiamo previsto corsi di inglese convenzionati che agli studenti, fuori dalla Bicocca, costerebbero il doppio. Abbiamo individuato tre librerie che faranno sconti del 10-20%. E a chi non supera per due volte l'esame di lingua offriamo lezioni gratuite con un tutor che può dare la promozione senza ulteriori esami. La nostra tassa d'iscrizione ai test per i corsi a numero chiuso è di 10 euro, atenei privati ne fanno pagare 160».

(c.z.)

