



# ROMA FINANZA



**ECCELLENZE** La società Piazza Copernico vuole crescere nell'e-learning finanziario, anche grazie all'accordo Stato-Regioni. Nel 2017 si prevede un fatturato di oltre 3 milioni grazie a una piattaforma da 160 mila utenti

di Gianluca Zapponini

**F**ormare i dipendenti online conviene alle aziende. Si risparmia tempo e soprattutto denaro, visto che non c'è il bisogno di recarsi in aula. Piazza Copernico, operatore romano attivo nella formazione a distanza per il settore finanziario, banche e assicurazioni in primis, lo ha capito da tempo, cavalcando le potenzialità e i vantaggi dell'e-learning. Non è un caso che ad oggi la sua piattaforma di formazione, rinnovata e potenziata dopo un investimento da oltre mezzo milione di euro, conti già 90 mila utenti, destinati a raddoppiare a 160 mila entro il 2017. «Ma la vera svolta è arrivata con il recente accordo Stato-Regioni che ha equiparato la formazione a distanza con quella in aula», spiega a *MF-Milano Finanza* Marco Luzzatto, amministratore unico di Piazza

## Formazione vincente

Copernico. «Noi ci siamo proposti, aumentando con un grosso investimento la capacità della nostra piattaforma a cui oggi ricorrono clienti come Bpm, Zurich e Bridgestone, che è l'ultima grande azienda che ha deciso di rivolgersi a noi per alcuni corsi. Persino i call center, i cui addetti ora sono tenuti a fare della formazione, si sono rivolti noi. Considerando il numero di operatori del settore per noi rappresenta un enorme bacino di clienti». Luzzatto spiega le ragioni che hanno spinto a puntare tutto sull'e-learning. «Certo, noi facciamo anche formazione in aula. Ma c'è un dato che ci ha fatto riflettere



per persone, per poi toccare i 2,5 nell'anno che si sta per concludere. E nel 2017 i ricavi della società saliranno ancora, toccando quota 3 milioni. «Molto dipende anche dalla qualità del nostro servizio», chiarisce il numero uno di Piazza Copernico. I nostri corsi cercano di essere il più coinvolgenti possibile, con intermezzi in grado di non appesantire l'intero percorso di formazione. E poi abbiamo sviluppato un apposito sistema, basato su di un algoritmo, con cui ogni tanto il dipendente riceve domande random sulla parte fin lì seguita. In questo modo abbiamo un più alto livello di certificazione». (riproduzione riservata)

più degli altri. Lo scorso anno abbiamo speso circa 220 mila euro in alberghi per permettere lo svolgimento di alcuni corsi. Poi è arrivato l'accordo con le Regioni, che ha dato una vera accelerazione». A parte sono comunque sempre e soltanto i numeri. Nel 2015 l'azienda romana ha chiuso il bilancio con un fatturato di 2 milioni, assumendo dieci