



Questione di metodo

La formazione è una priorità, ma deve essere indirizzata a sviluppare le competenze effettivamente richieste dal mercato.

Su quali aspetti occorre lavorare per raggiungere l'obiettivo?

E per creare corsi che siano più coinvolgenti per i discenti, l'e-learning ha una marcia in più?

*Ne parliamo con **Oliviero Vittori**, direttore generale di **Piazza Copernico**, società di **Digital Learning** la cui piattaforma conta 150mila utenti.*

di Virna Bottarelli

Piazza Copernico è una realtà consolidata di e-learning presente sul mercato della formazione da oltre vent'anni.

La piattaforma della società romana ha oltre 150mila utenti ed è utilizzata essenzialmente da grandi aziende: banche, assicurazioni ed enti pubblici, come ad esempio **Inps** e **Inail**. Sintetizzare le attività di **Piazza Copernico** non è banale, ma ci viene in aiuto il suo direttore generale, **Oliviero Vittori**. Fondatore alla fine degli anni Novanta di Didagroup e con alle spalle esperienze internazionali sempre nel settore della formazione, Vittori ci illustra le quattro aree in cui è strutturata l'azienda: "Una prima area è quella degli strumenti e servizi, nella quale rientrano la nostra piattaforma di e-learning e la nostra offerta di servizi di supporto all'erogazione dei progetti e-learning, dall'amministrazione della piattaforma stessa,

all'help desk per l'utente finale. Una seconda area si occupa di progettazione e sviluppo dei contenuti, da semplici tutorial a prodotti in simulazione d'ambiente, game, web fiction. Nei contenuti rientrano anche i corsi a catalogo, che ora ammontano a circa 1.000 ore e sono suddivisi in diverse aree tematiche: la formazione obbligatoria, ad esempio, per i dipendenti di banche e assicurazioni, le soft skills e le competenze digitali". A queste due aree produttive se ne affiancano una dedicata alle attività di ricerca e sviluppo e una creata per seguire il mercato della Pmi. "Il settore di ricerca e sviluppo è nato sette anni fa grazie alla collaborazione con enti universitari e con il **Cnr**, che ha realizzato una serie di progetti innovativi soprattutto nel settore della semantica e degli analytics, mentre l'area che si occupa delle Pmi è nata nel 2020. Si tratta di una società, **Conformity**, controllata da Piazza Copernico,

creata ad hoc per offrire servizi a partner che a loro volta erogano formazione a distanza ai loro clienti o, nel caso di associazioni di categoria, ai loro associati”.

Come è strutturato il mercato dell'e-learning in Italia? Chi sono i vostri principali competitor?

Il mercato in cui operiamo è molto segmentato. Occorre anche fare attenzione a definirne il perimetro, perché quando si parla di e-learning spesso si include anche la formazione accademica, che invece è un mercato a sé. Dal punto di vista dei player, a eccezione delle grandi società di consulenza, come Accenture, ad esempio, che presidiano anche il mercato della formazione, le società che, per dimensione e per offerta, possono essere considerate nostre competitor sono meno di una decina.

Nel Piano strategico nazionale per lo sviluppo delle competenze della popolazione adulta si legge che in Italia persistono “livelli bassi di qualificazioni e di titoli di studio” e una carenza di competenze. È uno scenario reale, dal vostro punto di vista?

Il problema dei bassi livelli di qualificazione esiste ed è molto complesso. Credo andrebbe affrontato innanzitutto lavorando sul nostro sistema scolastico e una prima risposta potrebbe essere il potenziamento degli Istituti Tecnici Superiori, che rappresentano una valida alternativa alla carriera universitaria. C'è poi un altro tema: rendere l'offerta formativa corrispondente alle richieste del mercato del lavoro. C'è un aneddoto significativo che potrei citare a riguardo: negli anni Novanta la **Regione Lazio** erogava corsi di formazione il cui finanziamento era subordinato all'ottenimento da parte di almeno il 50% dei discenti di un contratto di lavoro stabile. Questa modalità aveva benefici sia sul lato della domanda, sia su quello dell'offerta: le aziende, che usavano fondi regionali, erano “obbligate” a organizzare corsi che aprissero una reale opportunità di lavoro, mentre i discenti avevano la garanzia che la formazione non fosse una perdita di tempo, ma li incanalasse verso una professione. Credo fosse un buon metodo per garantire che l'offerta formativa corrispondesse alle esigenze del mercato. Oggi, nonostante un elevato tasso di disoccupazione, ci sono figure professionali specifiche, penso ai sistemisti software, che sembrano irrimediabili: ciò significa che nel recente passato non siamo stati in grado di prevedere quali professioni sarebbero state le più richieste dal mercato negli anni a venire. Probabilmente è mancata, dal punto di vista della formazione, una programmazione.

Per colmare le lacune, quando si parla di competenze, serve però qualcuno che queste compe-

tenze le abbia e le possa trasmettere. In Piazza Copernico come riuscite a proporre una formazione di qualità, dove serve e quando serve?

Piazza Copernico è una società di e-learning che ha scelto di specializzarsi in metodologia, progettazione e sistemi. Guardando le aree tematiche dei corsi presenti sulla nostra piattaforma ci si rende conto che sono talmente ad ampio raggio, che difficilmente potremmo coprire con un buon livello di competenza, appunto, ciascun ambito. Abbiamo quindi stretto partnership con esperti qualificati e specialisti di ciascun settore, mentre manteniamo il nostro focus sulla parte di progettazione dei corsi.

C'è poi la questione, aperta, della certificazione delle competenze...

È il tema del momento e credo se ne continuerà a parlare nei prossimi mesi, soprattutto per quanto riguarda le competenze digitali, che lo stesso Piano strategico nazionale indica come prioritarie. Benché esistano delle linee guida a livello nazionale ed europeo su come certificare le competenze, nel nostro Paese non è stato ancora stabilito un sistema univoco. Abbiamo, del resto, un problema di fondo: la materia è delegata alle Regioni ed è probabile che ogni ente adotti un sistema diverso.

Ha accennato alle competenze digitali e il digitale è il vostro core-business: quali sono i tratti distintivi del Digital Learning oggi?

Alcuni elementi chiave della formazione digitale e della sua “antenata”, la formazione a distanza, sono rimasti invariati nel tempo: parlo della possibilità di coinvolgere molte persone in tempi relativamente brevi e di risparmiare sui costi, soprattutto quando si parla di grandi numeri, ma anche della flessibilità nella fruizione dei corsi. L'evoluzione tecnologica e l'esperienza maturata negli anni hanno poi consentito al Digital Learning di migliorare la propria capacità di ingaggio: grazie all'utilizzo di forme di intrattenimento come i video, alla gamification e a sistemi con un livello di interazione sempre più elevato, oggi un corso di e-learning è sicuramente più coinvolgente rispetto al passato. Inoltre, il Digital Learning offre alle aziende la preziosa opportunità di salvaguardare, storicizzandolo in un sistema di formazione digitale, il patrimonio delle conoscenze interne all'azienda, un bagaglio di know-how che rischia altrimenti di perdersi con il turnover del personale.

Se dovessimo invece fare un confronto tra formazione tradizionale e formazione digitale, quali sarebbero i punti di forza di quest'ultima?

Più che confrontare formazione tradizionale e formazio-

FORMAZIONE

E-LEARNING

ne digitale, farei una distinzione tra formazione sincrona, in aula tradizionale o in aula virtuale, e formazione asincrona, precisando che, comunque, fare formazione in un'aula tradizionale e farla in un'aula virtuale sono attività completamente diverse, ciascuna con propri strumenti di supporto, coinvolgimento, monitoraggio e integrazione con altre modalità di formazione. Detto ciò, non si tratta di decidere quale tipologia di formazione sia la migliore in assoluto, ma di valutare, per un determinato progetto di formazione, quale sia la modalità più adatta. È chiaro che in questa scelta budget e dimensioni dell'audience hanno un peso determinante, ma non si tratta solo di considerare risorse e numeri: vanno valutati i contenuti, gli obiettivi, le peculiarità dei discenti. Ci sono poi diverse aziende che riescono a integrare le due tipologie di formazione nella cosiddetta forma blended: si possono, ad esempio, fornire i contenuti in digitale per preparare l'audience alle lezioni in aula e poi passare a un training on the job per verificare le competenze acquisite.

La scorsa primavera avete varato il progetto Digital Evolution Academy? In che cosa consiste?

Nelle fasi più critiche della pandemia, il rispetto delle restrizioni imposte per limitare la circolazione del virus ha indotto le aziende a ripensare le academy aziendali in senso sempre più digitale. Come Piazza Copernico abbiamo pensato di supportarle in questo processo di trasformazione, con l'obiettivo, tra gli altri, di valorizzare il know-how aziendale come vero e proprio asset strategico. Con la "Digital Evolution Academy" svolgiamo quindi un lavoro di consulenza, nel quale accompagniamo le aziende nella definizione dei processi e nella scelta delle soluzioni tecnologiche più adeguate alle loro esigenze. Formiamo le figure professionali interne che saranno coinvolte nei percorsi formativi, monitoriamo il raggiungimento de-

gli obiettivi, identifichiamo le aree di miglioramento e programmiamo una possibile evoluzione dell'offerta formativa. È importante anche monitorare l'andamento dei corsi di formazione, soprattutto per quanto riguarda la formazione obbligatoria, e in questo può essere di grande aiuto uno strumento, Learnalyzer, frutto della nostra attività di ricerca e sviluppo: è una sorta di cruscotto digitale, in grado di esaminare le attività formative svolte in azienda e fornire indicatori predittivi sul loro andamento.

Ha accennato alla formazione obbligatoria: quanto contano programmazione e metodo in questo ambito?

La formazione obbligatoria è senza dubbio la parte più consistente del settore e-learning. Solitamente è piuttosto rigida e poco ingaggiante per il discente, ma utilizzando determinate tecniche di progettazione si possono definire meglio i contenuti e si può rendere più assimilabile, ad esempio, anche un noioso corso sulla sicurezza.

Infine, vi occupate anche di rendere la formazione, oltre che il più possibile piacevole, accessibile e inclusiva. Come?

Abbiamo deciso di introdurre di default in tutte le nuove release dei corsi due requisiti che facilitano l'accessibilità: la sottotitolatura (anche multilingua) e la regolazione dei caratteri. Su richiesta, inoltre, sarà possibile anche inserire la traduzione in LIS, la Lingua italiana dei segni. Si tratta di un primo passo di un lungo percorso, che prevede un continuo sviluppo volto a migliorare l'accessibilità delle applicazioni digitali per la formazione. Per noi la formazione professionale deve essere un'esperienza piacevole e sempre utile, per la persona e le aziende. La facile accessibilità per tutti è, quindi, la *conditio base sine qua non* di ogni progetto formativo digitale. 

Chi è Oliviero Vittori

Uno dei pionieri del mercato e-learning in Italia, **Oliviero Vittori** ha iniziato la sua esperienza già alla fine degli anni Ottanta con le prime iniziative di Formazione a Distanza. Nel Corso degli anni è stato socio fondatore e manager in numerose Società specializzate nell'offerta di servizi di formazione e-learning, sia in Italia (Eco, Didagroup, Label Formazione) sia all'estero (Spagna, Brasile, Cile, Polonia). Dal 2016 dirige **Piazza Copernico**. È un fautore dell'"*imparare divertendosi*" e incentiva lo sviluppo di metodologie innovative che esaltino l'interazione e il coinvolgimento attivo di chi deve formarsi. È anche scrittore e musicista.

