



---

## **E-learning e Banche: il progetto ABILearning**

### **E-Learning: un mercato con una crescita inaspettata**

Per e-learning si intende la formazione a distanza online. Tale sistema di formazione può essere parte di una strategia interna all'azienda, rivolta all'aggiornamento professionale dei propri dipendenti; o costituire, invece, essa stessa il core-business di una nuova azienda dedita alla formazione remota.

Nel 2001 il mercato dell'e-learning aziendale ammontava, in Europa, a 456 milioni di euro e la società IDC stimava che nel 2004 sarebbe stato di 1.611,8 milioni. Per l'Italia, sempre IDC, parlava di un tasso annuo di crescita del 59%, otto punti in più del tasso medio di crescita europeo (attestato sul 51%), con una crescita di fatturato da 29 milioni a 120,6 milioni di euro nel periodo 2003-2006.

La terza edizione dell'Osservatorio [Anee-Assinform](#) sull'e-learning, realizzata con la collaborazione del Cnipa (Centro Nazionale per l'informatica nella Pubblica Amministrazione), il patrocinio del Ministro per l'Innovazione e le Tecnologie, del Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca, la collaborazione di alcune aziende del settore, del Politecnico di Milano e dell'Università Cattolica del Sacro Cuore, ha evidenziato la straordinaria crescita del settore e-learning.

Infatti, il mercato italiano ha fatto registrare 256,3 milioni di fatturato crescendo, per il terzo anno consecutivo, con una percentuale del 136,4% tra il 2002 e il 2003 e con una previsione di crescita ulteriore (+ 67,3%) nel 2004 (con una stima, da verificare, di circa 428,8 milioni di Euro entro la fine del 2004).

Una serie di dati che fanno riflettere, soprattutto in questo ciclo congiunturale negativo caratterizzato da una crisi generale nella maggior parte dei settori produttivi: si evidenzia, peraltro, come il settore delle aziende rappresenti, anche nel 2004, la principale fonte della spesa di e-learning e aumenta addirittura il proprio peso (da 82,5% a 87,4%) ; inoltre, il tasso di crescita della spesa per e-learning nelle aziende è superiore a quello dell'intero comparto (+77,2% a fronte del 67,3%).

Proprio questo rallentamento della crescita generale ha portato molte aziende a fare serie analisi sull'economicità dei processi formativi tradizionali, orientandole verso strade innovative e tecnologicamente più avanzate.



---

Per quanto attiene alla composizione dell'offerta va detto che si riscontrano due dinamiche in atto: da un lato, un aumento della concentrazione del business nel segmento dei grandi fornitori, dall'altro, un maggiore dinamismo dei piccoli fornitori rispetto ai medi che, invece, sembrano versare in serie difficoltà.

Se ne può dedurre, dunque, una premiazione, da parte del mercato, da un lato, della completezza e della dimensione, dall'altro della iper-specializzazione di nicchia. Aumentano il peso dei contenuti, dei servizi e della consulenza, mentre si riduce l'incidenza della tecnologia. La tipologia di modello di offerta che risulta più diffusa è quella che comprende sia i corsi a catalogo sia quelli in cui si combinano consulenza e personalizzazione.

Ogni azienda che deve provvedere ad un aggiornamento veloce e a costi contenuti dei propri dipendenti non può non prendere in considerazione questa modalità di distribuzione di informazioni e formazione via web.

Il settore bancario, caratterizzato da una serie di entità disperse sul territorio, è "naturalmente" predisposto a beneficiare di queste tipologie di soluzioni.

Le previsioni di crescita di questo mercato si individuano agevolmente nell'esigenza di abbattere i costi di formazione. L'education a distanza volatizza la spesa per i corsi di aggiornamento in aula, che presuppongono tempi molto più dilatati per i dipendenti, costretti ad interrompere il lavoro per giornate intere, oltre ai costi per le eventuali trasferte fuori sede.

Secondo i dati di ABIFORMAZIONE, l'e-learning in banca può far risparmiare sino ad un terzo degli investimenti rispetto ad un corso tradizionale. Inoltre, i tempi di apprendimento sono più lunghi nella formazione in aula.

La formazione a distanza sul web, risulta essere particolarmente confacente per gli istituti bancari dato il rilievo che tuttora rivestono le filiali sul territorio, soddisfacendo anche la necessità di formare gli addetti su diversi ambiti di vendita e promozione di prodotti e servizi.

Obiettivo primario è quello di trasmettere ai canali commerciali una capacità d'azione proattiva, dove l'attività di consulenza prevendita è condicio sine qua non per il buon esito della contrattazione; senza contare che, mentre prima la competenza sulle gestioni patrimoniali sull'intera offerta dell'istituto era prerogativa della sola rete commerciale ora va necessariamente resa fruibile da parte di tutti i dipendenti.



---

## **ABILEARNING: un esempio "educativo"**

Online dal mese di dicembre 2003, ABILEARNING è il Portale internet di ABIFORMAZIONE, la training company di ABI (Associazione Bancaria Italiana): offre, attraverso tecnologia web-based e soluzioni formative basate su metodologie didattiche integrate, contenuti e servizi per l'apprendimento, destinati alle aziende e alle persone che operano nel settore bancario e finanziario.

Dal 1996 ABIFORMAZIONE ha sviluppato un know-how specialistico in ambito di FAD (formazione a distanza), progettando, realizzando e sviluppando diverse iniziative, tra le quali il Banking and Financial Diploma ([www.bankingdiploma.it](http://www.bankingdiploma.it)).

ABILEARNING nasce con la finalità di soddisfare le principali esigenze di formazione del mondo bancario italiano, rendendo disponibili contenuti formativi in modo tempestivo, con costi inferiori a quelli della formazione tradizionale.

Emerge, nel mondo della banca, la pressante esigenza d'informare e mantenere alto il livello di competenze del personale sui principali processi operativi, sui nuovi prodotti, sulle normative, che mutano continuamente in relazione al mercato e che sono molto più numerose di qualche anno fa: gli istituti bancari hanno espresso in maniera chiara esigenze di tempestività, omogeneità della conoscenza trasmessa e costi/tempi inferiori.

Dialogando ed interagendo frequentemente con le banche associate, ABIFORMAZIONE è in grado di capire le esigenze prioritarie che esse avvertono e conseguentemente di predisporre on line un'offerta puntuale secondo le esigenze segnalate, quasi in tempo reale.

Il Portale è strutturato attraverso una parte pubblica, accessibile a tutti, al cui interno sono reperibili le informazioni sull'offerta e-learning ed una parte riservata, accessibile soltanto agli iscritti ai corsi e alle iniziative proposte, gestita attraverso un evoluto LMS (Learning Management System).

I contenuti ed i servizi attinenti al settore bancario sono progettati e realizzati da ABIFORMAZIONE mentre quelli su competenze trasversali sono sviluppati da Didagroup, partner tecnologico di ABIFORMAZIONE; tutti i contenuti sono progettati e realizzati in ottica Reusable Learning Object (RLO), al fine di renderli flessibili nella modalità di fruizione e riutilizzabili.

I contenuti, strettamente attinenti alla professione bancaria, focalizzati su



---

tematiche di natura pre-competitiva e validati dagli esperti dell'ABI, possono essere fruiti in tre modi: direttamente dal portale ABILearning, online sulle intranet aziendali, offline da CD-Rom.

Tutti contenuti possono essere erogati anche attraverso un differente LMS (purchè sia certificato) e pertanto sono "disegnati" in base alle AICC Guidelines, ossia compatibili con il più diffuso standard internazionale (AICC livello 1).

I servizi a corredo della piattaforma e dei contenuti sono improntati alla più pura ottica del groupware (strumenti di comunicazione asincroni come forum ed e-mail e sincroni come la chat), con un sistema di monitoraggio delle attività degli iscritti ai corsi ed un sistema di reportistica dettagliato sulla fruizione dei corsi e sui risultati dei test di valutazione, consultabile direttamente on line ed esportabile in formato excel.

I referenti aziendali possono, inoltre, "dialogare" con i propri allievi attraverso un sistema di mailing interna al portale ed un sistema di tutorship on line consente alle aziende che ne fanno richiesta di assistere i propri allievi nel processo di apprendimento; ogni referente aziendale, tramite la password personale di cui viene dotato, può accedere all'area riservata del Portale e consultare un dettagliato sistema di reportistica.

Per quanto attiene alla tecnologia sottostante, infatti, ABIFORMAZIONE ha scelto, come già accennato, il Learning Management System (LMS) di Didagroup: una piattaforma modulare (In.Form@), certificata AICC, sviluppata per il mondo Windows e che consente l'erogazione e la gestione sia di WBT (Web Based Training) sia di CBT (Computer Based Training), di aula virtuale ed aula tradizionale.

L'iscrizione ai corsi presenti sul Portale ABILearning è aperta sia alle aziende che ai privati, con un catalogo corsi suddiviso in 7 collane tematiche con contenuti per oltre cento ore di autoformazione: normativa bancaria, gestione del credito, operazioni di sportello, finanza base, nuovo diritto societario, responsabilità sociale d'impresa ed office automation.

### **Un triplice business**

Il business perseguito attraverso ABILearning si muove lungo tre strategici ed illuminati scenari rappresentati dalle aziende che:

- 1) non hanno un proprio sistema di e-learning, in quanto sarebbe eccessivamente oneroso ma, al contempo, avvertono l'esigenza di



- 
- trovare soluzioni "esterne" che permettano loro di coniugare i vantaggi delle nuove metodologie formative con la propria realtà;
- 2) si trovano nella fase di screening e scelta di una soluzione e-learning efficace ed hanno, pertanto, la necessità di testare l'e-learning evitando di affrontare nel breve periodo onerosi investimenti;
  - 3) dispongono di un proprio sistema e-learning ed abbisognano di specifici contenuti e servizi che rendano il sistema effettivamente operativo.

Per queste tre tipologie di aziende ABILearning presenta tre differenti soluzioni modulari, ciascuna caratterizzata da propri specifici vantaggi:

- 1) semplice fruizione del Portale attraverso un'area riservata e personalizzata, nella grafica, nella selezione dei contenuti e nei servizi di supporto all'apprendimento per il proprio gruppo di allievi.

Questa soluzione presenta il vantaggio di non dover affrontare nessun investimento oneroso per l'acquisto di un LMS (Learning Management System), nessun costo aggiuntivo per gestire la piattaforma e per i contratti di manutenzione e assistenza e possibilità di avere costi legati solo al numero effettivo di iscritti.

- 2) fruizione in totale "outsourcing", attraverso il noleggio del sistema (LMS e contenuti) o di singole sue componenti, per sperimentare il proprio sistema e-learning in autonomia.

Questa soluzione presenta l'indubbio vantaggio di consentire di sperimentare l'e-learning senza investimenti onerosi ed utilizzando i propri contenuti.

- 3) fruizione della soluzione "in house", tramite l'acquisto dei contenuti e del LMS per alimentare e gestire il proprio sistema e-learning all'interno della propria rete aziendale.

Questa soluzione presenta vantaggi non trascurabili: la formula dell'acquisto dei contenuti, attraverso la cessione della licenza d'uso illimitata, consente all'azienda di gestire l'erogazione dei corsi in completa autonomia, attraverso l'utilizzo di un LMS sperimentato, modulare e certificato AICC.

**di Pietro Morelli**  
**ICT Business Analyst**  
**Autore del sito "Strategia sul Web" ([www.strategiaweb.info](http://www.strategiaweb.info))**