

**L'ECO DELLA FORMAZIONE**

Intervista a Franco Amicucci

**DALL'E-LEARNING AL MULTIMEDIA LEARNING.  
IL CASO AMICUCCI  
FORMAZIONE**

di Chiara Cantoni

**H**a trasformato un mezzo freddo come il computer in un ambiente di apprendimento caldo, intuitivo, coinvolgente. Ha rotto con la metodologia tradizionale di e-learning, introducendo un modello pionieristico capace di coniugare creatività e rigore scientifico. Ha scommesso sul piacere, l'efficiacia e il return of investment della formazione a distanza. E ha vinto. In pochi anni, Ax-Amicucci Formazione, società specializzata nel tradurre la conoscenza aziendale in chiave multimediale, è divenuto leader di settore. Il fondatore, Franco Amicucci, racconta come.

**Da quali esigenze nasce la ricerca di un nuovo modello formativo?**

Le esperienze di e-learning tradizionali, intese come trasposizione fredda e letterale su computer di un corso o un libro di testo, in sessioni di 2/4 ore, hanno portato a una grande dispersione di risorse, rivelandosi totalmente fallimentari in termini di apprendimento. Ci siamo interrogati su come rendere la proposta formativa coerente, accessibile e trasparente agli occhi dei destinatari, facendone insieme un motore attivo di innovazione. In generale, su come tradurla in un valido business partner che, senza pesare sui costi, contribuisse in modo tangibile all'efficienza aziendale.

**Occorreva ripensare l'architettura complessiva della formazione?**

Sì, secondo un modello sostenibile. Nel 2004 abbiamo avviato un percorso progettuale perseguendo alcuni obiettivi: una maggior efficacia dell'azione formativa, così da generare cambiamenti visibili e immediati sulla produttività; una sintesi dei contenuti che consentisse di apprendere in un minor tempo d'aula, quindi, con minori interruzioni del tempo di lavoro e minori costi; una formazione continua, ossia l'individuazione di nuovi spazi in cui inserire occasioni di apprendimento, formali ma anche informali; il coinvolgimento e la motivazione di tutti i soggetti; una maggiore integrazione della formazione con le altre funzioni aziendali.

**Da questa ricerca è nato il metodo Skilla. Su cosa si basa?**

Sull'innovazione degli ambienti

formativi, attraverso una riduzione dell'aula tradizionale e un suo radicale rinnovamento, a vantaggio delle aule virtuali, dell'e-learning e delle community di apprendimento. In questo modello abbiamo introdotto un format di rottura rispetto al passato: le Pillole formative multimediali, corsi di 15 minuti che concentrano, in forma sintetica, incisiva, coinvolgente e facilmente memorizzabile, i concetti chiave di una competenza attraverso l'uso di diversi linguaggi (cartoon, filmati, giochi, stimoli d'arte, consigli di lettura, tecniche operative e altro), in grado di stimolare tutti i canali dell'apprendimento secondo la teoria delle intelligenze multiple di Gardner. Con questo metodo abbiamo realizzato il più ricco catalogo sulle soft skills in Italia e sviluppato





pillole per un totale di 500 titoli in via di completamento: dalle istruzioni tecnico-operative alle leggi sulla sicurezza, privacy e 231, ai comportamenti organizzativi. Nei prossimi due anni, lavoreremo su tutti i tools gestionali e i grandi classici del management: saranno software meno formativi e più simulatori, per imparare e contestualmente lavorare. Con FrancoAngeli, invece, abbiamo già lanciato il progetto cento50, per integrare libro manageriale e multimedia learning.

#### **Di quali competenze vi avvalete per realizzare i format?**

Parliamo di prodotti di altissima qualità sia dal punto di vista del design che della produzione: 15 minuti di pillola richiedono tre settimane di lavoro e molteplici competenze professionali. Disponiamo di una scuola grafica interna e della collaborazione di grandi firme: noti fumettisti, animatori, cartellonisti, registi e attori di fiction Rai, ecc. I nostri 15 product manager coordinano squadre di sviluppatori per un'area di circa cento persone, fornitori esterni e service internazionali inclusi.

#### **Qual è il target di riferimento?**

Contiamo oltre 160 clienti tra cui 60 fra le prime 500 organizzazioni italiane e multinazionali, da Wind a Bulgari, da Indesit a Pirelli, da Bnl a Intesa Sanpaolo, per un bacino d'utenza di circa 700mila persone. Distribuiamo in 20 lingue diverse, fruibili da web, intranet, telefonia mobile. Grazie a un accordo con Quadrifor, l'Istituto bilaterale per lo sviluppo della formazione dei quadri del Terziario, le nostre pillole sono accessibili ai quadri delle 11mila aziende di Confcommercio. Ci rivolgiamo anche alle società di consulenza, perché chi svolge lezioni

d'aula possa integrare la formazione con i nostri sistemi. La sfida per il futuro, oltre ad una nostra presenza sui principali paesi delle economie emergenti, riguarda il target delle imprese individuali, dato che la metodologia Skilla si applica allo stesso modo anche al singolo.

#### **Come si struttura la proposta al cliente?**

Abbiamo un'offerta a catalogo molto vasta, che apriamo e ricomponiamo in base alle sue specifiche esigenze, adattando il percorso alla cultura aziendale. C'è poi un'offerta su misura in senso stretto, qualora ci venga chiesto di trasformare in e-learning una particolare procedura, un sistema meccanico o un manuale di qualità. Per esempio, il sistema di Performance Management del Gruppo Techint, viene presentato ai valutatori e ai valutati in tutti gli stabilimenti del mondo con il nostro modello multimediale e le competenze centrali richieste vengono supportate con le Pillole.

#### **Vi state misurando anche con l'estero, quindi?**

Viviamo una fase di forte internazionalizzazione. Abbiamo già aperto una sede in Cile per l'America Latina e stiamo lavorando su una grande commessa ricevuta da una compagnia telefonica turca per formare su tablet i loro milioni di utenti con le nostre pillole. Sui nuovi mercati ci proponiamo con il brand Skilla, una grande library di Pillole formative, un insieme di strumenti, metodologie, format per creare esclusivi ambienti di apprendimento.

#### **Ne fanno parte anche i "software del pensiero". Di cosa si tratta?**

Intorno al modello formativo Ax abbiamo sviluppato diversi applicativi, frutto di una progettazione che

attinge al pensiero filosofico informatico. Analizzando il comportamento adulto di fronte a uno schermo, abbiamo ricostruito una linea di "software naturali", che aiutano i fruitori a tradurre l'esperienza formativa in progetti di miglioramento sia personale che organizzativo, visibile e misurabile. Così, per esempio, sono nati programmi come MyProject-Work, che guida l'utente nella redazione di un progetto di lavoro; o MyBookShelf, un ambiente digitale per la gestione di tutte le risorse formative aziendali (ppt, pdf, word, video), indicizzate e consultabili attraverso un avanzato sistema di tagging. Tutti gli utenti possono fare l'upload di nuove risorse (siti, dispense, corsi, ecc.), votare e commentare i singoli item, oltre che costruire una propria biblioteca personale.

#### **Quanto conta l'aspetto di ricerca nello sviluppo del vostro prodotto?**

Coltiviamo forti contatti con le università e all'ultima E-learning Conference Worldwide di Pechino abbiamo esposto, unica società privata italiana ammessa al congresso, una sintesi dei sette dottorati realizzati con altrettante università sulle nostre metodologie. Il modello stesso nasce da attività di studio sulle intelligenze multiple e sulla motivazione all'apprendimento in campo multimediale. Abbiamo analizzato casi di successo come i tg della CNN per la brevità e fatto ricerca sui linguaggi grafici, su ciò che attrae l'attenzione, crea piacere e si memorizza. Con la Luiss Business School abbiamo creato la community nazionale Architetti di Apprendimento e convegni sul Visual Thinking. Approfondiamo i linguaggi del web, basati sulla brevità, l'interazione e l'ipertestualità.