



## Istituto Formazione Franchi

### Analisi delle esigenze formative delle aziende Toscane e Liguri 2017

La presente indagine, redatta da Istituto Formazione Franchi, Agenzia Formativa accreditata presso la Regione Toscana (Cod. Accred. FIO100), presso la Regione Liguria (DGR 1394/13) e presso la Regione Sicilia (DDG 3817 del 13/07/2016) intende realizzare una analisi che contribuisca a fotografare l'andamento del mercato della formazione per l'anno 2017.

La ricerca si pone l'obiettivo di verificare il cambiamento delle esigenze e degli obiettivi di rimappatura delle competenze delle aziende del tessuto economico Toscano e della riviera di ponente ligure.

Nella analisi delle rilevazioni statistiche si intende evidenziare anche il raffronto con le nostre precedenti ricerche, in particolare con quella effettuata nel 2014 e nel biennio 2015/2016.

La presente indagine è stata, come di consueto in funzione della tipologia degli utenti e delle aziende in contatto con l'Istituto Formazione Franchi, focalizzata su micro e piccole aziende, comprendendo nella analisi anche i liberi professionisti e gli studi professionali. Tale campione rappresenta il target cui l'agenzia formativa si rivolge e costituisce, di fatto, l'ossatura del nostro sistema sociale.

L'indagine è stata sviluppata e coordinata da **Fernando Franchi**, che si è avvalso per l'analisi dei dati e la stesura dei risultati di **Matthieu Caramelli**, **Anna Liberatori** e **Sabato Parolisi**.

I rilievi statistici in loco sono stati effettuati, sulla base delle indicazioni e del coordinamento, da **Leandro Cammilli**, **Michele Marini** e **Carlo Ricciarini** per le aziende toscane e da **Claudio Myllera** per le aziende liguri.

Il riferimento normativo quadro dell'analisi in oggetto è, come di consueto, stato individuato nella Legge Regionale Toscana del 26 Luglio 2002, n. 32, che ha - tra gli altri - l'obiettivo dichiarato di dar vita ad un sistema che realizzi la libertà individuale e l'integrazione sociale, nonché il diritto all'apprendimento lungo tutto l'arco della vita attraverso l'integrazione sistemica degli interventi di educazione, istruzione, formazione e delle politiche attive del lavoro.

#### ***Premessa metodologica***

Il questionario, strutturato con finalità di analisi qualitativa e quantitativa, è stato somministrato a piccole e micro aziende appartenenti a diversi settori economici con sedi operative nelle Province di Arezzo, Firenze, Prato e Siena per la Toscana e di Imperia per la Liguria. La conseguente analisi dei dati è stata effettuata valutando i questionari.

L'indagine è stata effettuata su un campione di 33 aziende.

#### ***Obiettivo***

L'indagine non si limita ad una mera valutazione del personale, e relative competenze richieste, che le aziende ricercano per le nuove assunzioni, ma si pone l'obiettivo di analizzare, anche, quali siano le esigenze di aggiornamento del personale già presente in organico. Tale obiettivo è stato perseguito nell'ottica della formazione continua e del LifeLong Learning: si assume, infatti, che le aziende aumentano la propria capacità di penetrazione del mercato non solo con l'inserimento delle "nuove leve" all'interno del proprio organico, ma anche adattando il personale esistente alle innovazioni e mutazioni del mercato stesso. L'aumento della capacità occupazionale si realizza, ovviamente, con nuove assunzioni, ma, ancor più in questa fase macro economica, la stabilità del mercato del lavoro passa, innanzitutto, dalla concreta continuità delle posizioni



lavorative esistenti. Tale assunto è ancor più vero in un periodo, in cui priorità delle aziende, è il mantenimento delle proprie fette di mercato.

Nell'ottica della promozione del Life Long Learning, si è provveduto alla somministrazione dei questionari a cura dei nostri incaricati direttamente presso le sedi delle aziende, sì da poter, con l'occasione, sensibilizzare le aziende destinatarie sull'importanza della formazione continua nell'ottica di adeguare il personale all'evoluzione tecnologica ed alle continue trasformazioni del mercato. Ancor oggi, infatti, si riscontra come la cultura della formazione continua, specialmente in una realtà di piccole e medie imprese, sia poco consolidata e, soprattutto, poco strutturata rispetto alle necessità emergenti, anche in relazione al contingente momento storico ed alle derivanti trasformazioni strutturali.

I risultati dell'analisi dei questionari, che contengono, oltre alla quantificazione delle esigenze settoriali, anche richieste specifiche, permettono di creare e strutturare azioni formative - individuali come di gruppo - che si integrano nella filiera della realtà aziendale e nel processo di produzione. Tali azioni vengono, in questo modo, contestualizzate alle aziende destinatarie.

## ***Il questionario***

Il questionario somministrato si articola in 3 sezioni:

- La prima dedicata ai dati anagrafici aziendali;
- La seconda sezione è destinata a rilevare l'importanza che l'azienda attribuisce al miglioramento, rispettivamente, delle conoscenze e delle capacità delle risorse umane attraverso interventi di formazione. Le capacità vengono suddivise per aree tematiche; mentre le competenze per processi aziendali.
- La terza sezione ha l'obiettivo di fornire all'azienda la possibilità di indicare quali siano le concrete esigenze formative su cui puntare per garantire all'azienda di perseguire con successo gli obiettivi che si è posta e consentire di identificarne anche di nuovi. E' in tale ambito che si è deciso di affrontare e rilevare, in modo diretto, quale sia l'importanza percepita per quanto attiene agli stages aziendali e analizzare, di poi, quali siano le concrete e derivanti prospettive occupazionali in azienda.

## ***Risultati dell'analisi***

Alle aziende, cui è stato sottoposto il nostro questionario, è stato richiesto di esprimere un giudizio - da 1 a 5 - sulla necessità di miglioramento in azienda di quella specifica capacità, conoscenza o sapere.

Il raffronto con l'analisi effettuata nel 2014 e nel 2015-2016 evidenzia uno spostamento degli interessi aziendali verso la specializzazione dei canali di vendita, sfruttando i canali web e dell'industria 4.0 con conseguenza necessità di potenziamento dell'area innovativa e gestionale/relazionale.

L'esigenza è ormai sentita trasversale in tutti i settori, che ormai sentono forte, la necessità di ottimizzare i processi di vendita e di allargare i propri mercati, grazie al marketing dematerializzato.

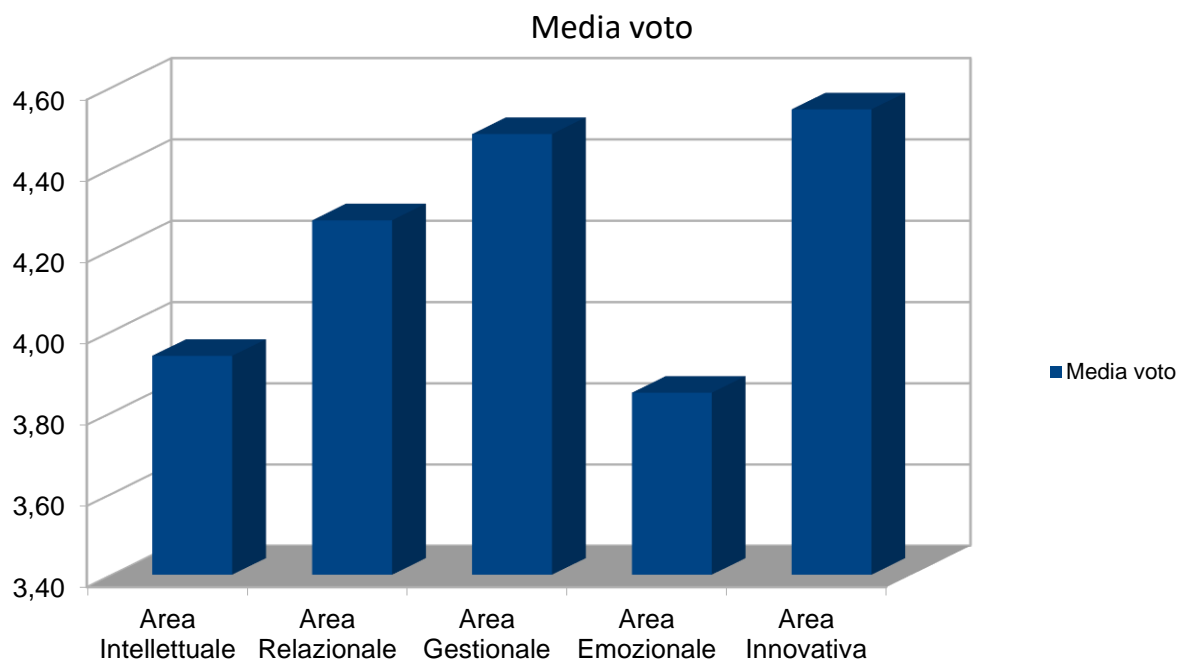
Un campione assai elevato di aziende, ha, infatti, espresso l'esigenza massima (5) di aggiornamento nell'area innovativa e nell'area gestionale.

Di seguito sintetizziamo i risultati emersi:

*Alle aziende è stato richiesto di dare una valutazione da 1 a 5 (1 = poco importante a 5 = importante) sulla necessità di migliorare le capacità oggetto dell'indagine all'interno della propria azienda.*



	Capacità	Media voto
<b>Toscana e Liguria</b>	Area Intellettuale	<b>3,94</b>
	Area Relazionale	<b>4,27</b>
	Area Gestionale	<b>4,48</b>
	Area Emozionale	<b>3,85</b>
	Area Innovativa	<b>4,55</b>



Dalla analisi dei dati statistici si conferma anche relativamente ai dati delle aree di conoscenza la necessità delle aziende di rafforzare i propri canali di vendita. Anche se, in questa sezione si avverte la necessità trasversale di potenziare tutte le aree, nell'ottica dell'ottimizzazione aziendale in tutti i processi, probabilmente figlia delle esigenze di ristrutturazione dovuto al cambiamento del mercato e all'ottimizzazione delle risorse.

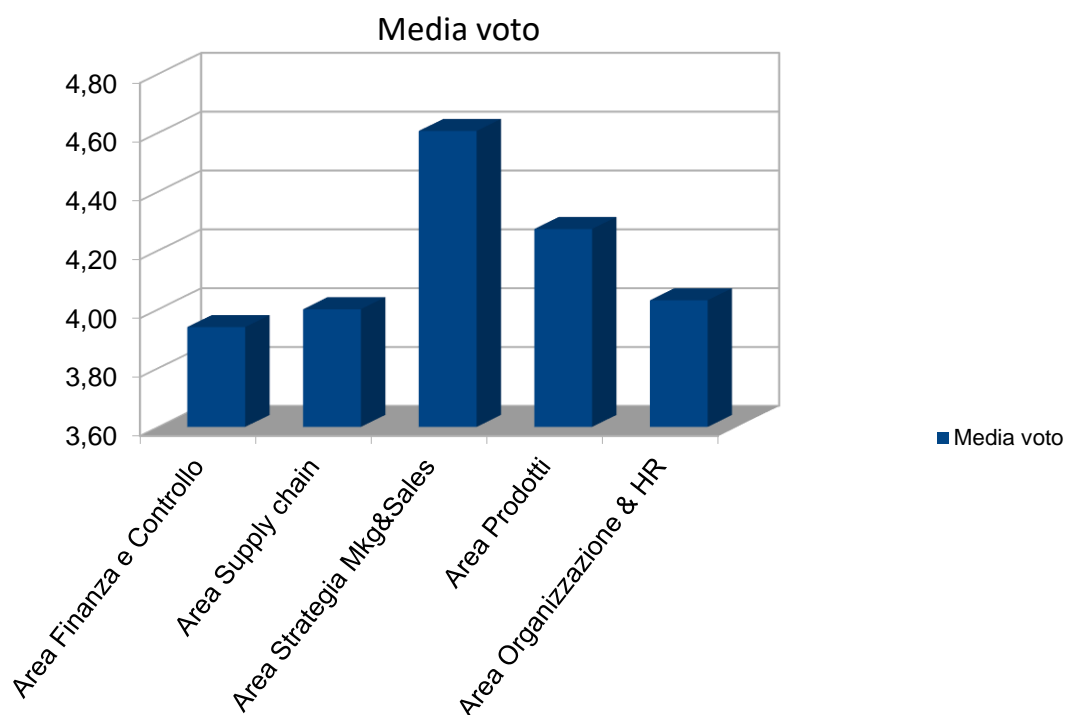
Come si evince nei dati sottostanti la necessità di aggiornamento è spostata verso il dato massimo in tutte le aree.

Incrociando questo dato con la prima e la terza sezione, si evince la necessità di ottimizzare i processi aziendali nell'ottica dell'innovazione tecnologica, della dematerializzazione e dell'economia 4.0.

*Alle aziende è stato richiesto di dare una valutazione da 1 a 5 (1 = poco importante a 5 = importante) sulla necessità di migliorare le conoscenze oggetto dell'indagine all'interno della propria azienda.*



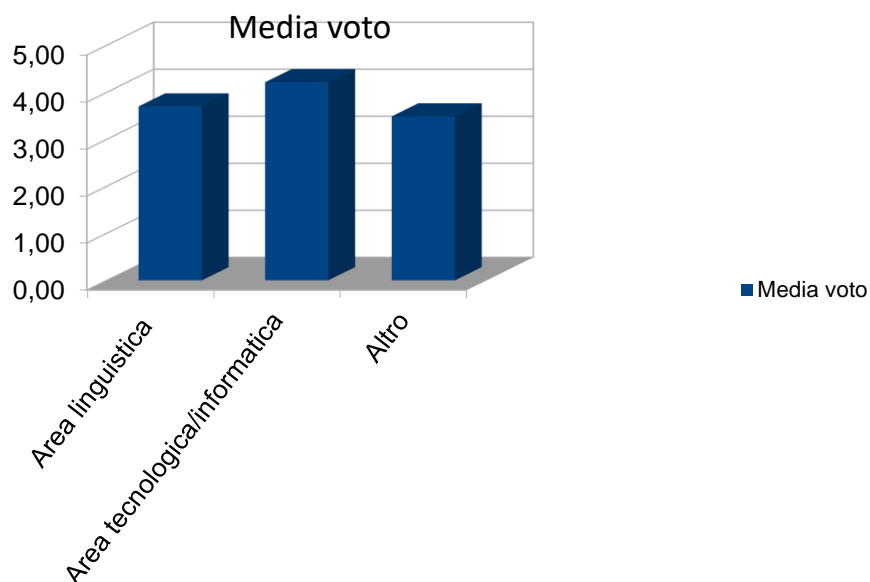
	<b>Capacità</b>	<b>Media voto</b>
<b>Toscana e Liguria</b>	Area Finanza e Controllo	<b>3,94</b>
	Area Supply chain	<b>4,00</b>
	Area Strategia Mkg&Sales	<b>4,61</b>
	Area Prodotti	<b>4,27</b>
	Area Organizzazione & HR	<b>4,03</b>



Come già anticipato precedentemente le esigenze formative espresse dalle aziende oggetto dell'indagine confermano la necessità di potenziare l'area tecnologica e informatica in tutti i settori nell'ottimizzazione delle risorse e dei processi aziendali.

*Alle aziende è stato richiesto di dare una valutazione da 1 a 5 (1 = poco importante a 5 = importante) sulle necessità formative presenti in azienda.*

	<b>Esigenze formative</b>	<b>Media voto</b>
<b>Toscana e Liguria</b>	Area linguistica	<b>3,70</b>
	Area tecnologica/informatica	<b>4,21</b>
	Altro	<b>3,48</b>



Rispetto al biennio 2015-2016 il campione relativo alle aziende disponibili ad ospitare allievi in stage cala leggermente attestandosi al 64%, a dimostrazione della necessità delle aziende di potenziare e ottimizzare soprattutto le risorse interne.

Anche sulle previsioni di assunzione il dato è calato, infatti le previsioni di assunzione a 6 mesi e 24 mesi è in calo.

In conclusione dalla presente analisi dei fabbisogni si riconferma come l'evoluzione delle nuove tecnologie imponga la presenza e l'aggiornamento, per le aziende medio-piccole, del personale verso delle competenze che permettano l'ottimizzazione delle risorse, dei processi e la loro dematerializzazione.

Le aziende, per i dati rilevati, mirano soprattutto a mantenere le proprie posizioni, ed a ottimizzare i costi di produzione e commercializzazione.

Firenze, 30 Aprile 2018