



Istituto Formazione Franchi e 3D Academy

Analisi delle esigenze formative delle aziende Toscane 2020

La presente indagine è redatta da Istituto Formazione Franchi, Agenzia Formativa accreditata presso la Regione Toscana (Cod. Accred. OF0180), presso la Regione Liguria (DGR 1394/13) e presso la Regione Sicilia (DDG 3817 del 13/07/2016 – CYR organismo DRY252) in collaborazione con 3D Academy S.r.l., Agenzia Formativa accreditata presso la Regione Toscana (Cod. Accred. OF0133). L'analisi ha la finalità di contribuire a fotografare l'andamento del mercato della formazione per l'anno 2020.

La ricerca si pone l'intento di verificare il cambiamento delle esigenze e degli obiettivi di rimappatura delle competenze delle aziende del tessuto economico Toscano.

Nella analisi delle rilevazioni statistiche si intende evidenziare anche il raffronto con le nostre precedenti ricerche, in particolare con quella effettuata nel 2019.

La presente indagine è stata, come di consueto in funzione della tipologia degli utenti e delle aziende in contatto con le Agenzie, focalizzata su micro e piccole aziende, comprendendo nella analisi anche i liberi professionisti e gli studi professionali. Tale campione rappresenta il target cui ci si rivolge e costituisce, di fatto, l'ossatura del nostro sistema di riferimento 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**, **Alessio Albeggiani** e **Matteo Spalletti**.

I rilievi statistici in loco sono stati effettuati, sulla base delle indicazioni e del coordinamento, da **Elisabetta Tiberi**, **Filippo De Meo**, **Giulia Bardelli** e **Michele Marini** per le aziende toscane.

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, Grosseto, Lucca, Prato e Siena. La conseguente analisi dei dati è stata effettuata valutando i questionari.

L'indagine è stata effettuata su un campione di 49 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 finalità è stata perseguita 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.

Nell'ottica della promozione del Life Long Learning, si è provveduto alla somministrazione dei questionari a cura dei nostri incaricati di persona o telefonicamente, normalmente direttamente presso le sedi delle



aziende, sì da poter, con l'occasione, verificare anche le evoluzioni del mercato, toccare con mano la realtà lavorativa e adattare le soluzioni formative alle aziende destinatarie. Lo sforzo più ingente è sempre la sensibilizzazione sull'importanza della formazione continua nell'ottica di adeguare il personale all'evoluzione tecnologica ed alle continue trasformazioni del mercato.

Durante questo anno, caratterizzato dall'emergenza epidemiologica, la sensibilità delle aziende alla formazione continua è radicalmente diminuita, avendo buona parte del personale in Cassa integrazione per buona parte del tempo ed essendo concentrati sui bisogni immediati.

I risultati dell'analisi dei questionari contengono, oltre alla quantificazione delle esigenze settoriali, anche richieste specifiche e 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. Questa politica ha portato un concreto aumento della formazione personalizzata diretta a realtà aziendali per le agenzie formative coinvolte.

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.

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 una specifica capacità, conoscenza o sapere.

Dal raffronto con l'analisi effettuata nel 2019 si evidenzia questa volta una ripresa di interesse per il potenziamento dei canali di vendita e un sempre più evidente interesse verso l'area innovativa e gestionale.

La richiesta di capacità di ottimizzazione dei processi è più focalizzata quest'anno sul settore commerciale riprendendo il trend degli anni passati 2017 e 2018 ad eccezione del 2019 dove invece era abbastanza trasversale a tutti i settori.

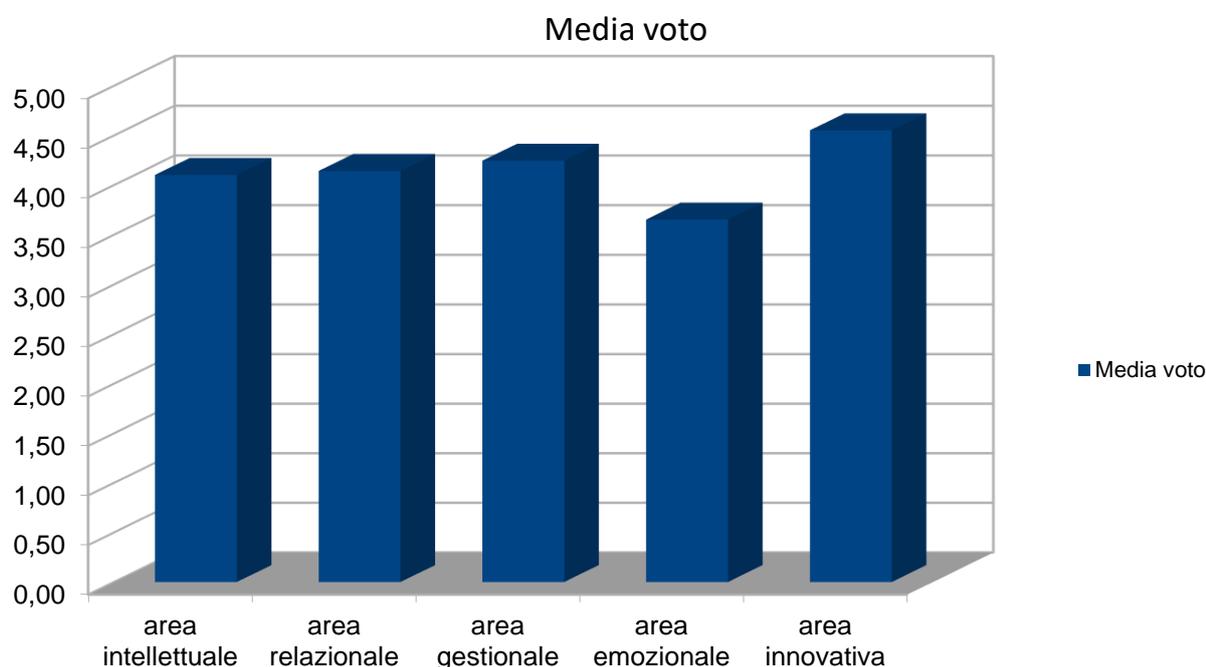
Un campione assai elevato di aziende ha infatti espresso i valori più alti (4 e 5) di aggiornamento nell'area innovativa, nell'area gestionale e nell'area relazionale per quanto riguarda le capacità. Per quanto riguarda le conoscenze specifiche tutti i settori danno più o meno lo stesso risultato, sintomo di una necessità un po' inferiore di adeguamento tecnico ma comunque comune a tutti i settori.

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.



Toscana	Interessi	Media voto
	area intellettuale	4,10
	area relazionale	4,14
	area gestionale	4,24
	area emozionale	3,65
	area innovativa	4,55



Dalla analisi dei dati statistici si riconferma, come anticipato e relativamente ai dati delle aree di conoscenza, la necessità delle aziende di rafforzare tutti i settori in maniera trasversale anche se quest'anno si privilegia quest'anno l'aggiornamento su: Marketing e la Vendita e l'area Organizzazione e prodotti.

Come si evince nei dati sottostanti la necessità di aggiornamento è sul potenziamento sul marketing e sull'organizzazione al contrario di quello che succedeva l'anno scorso, dove la richiesta era piuttosto livellata fra tutte le aree di interesse.

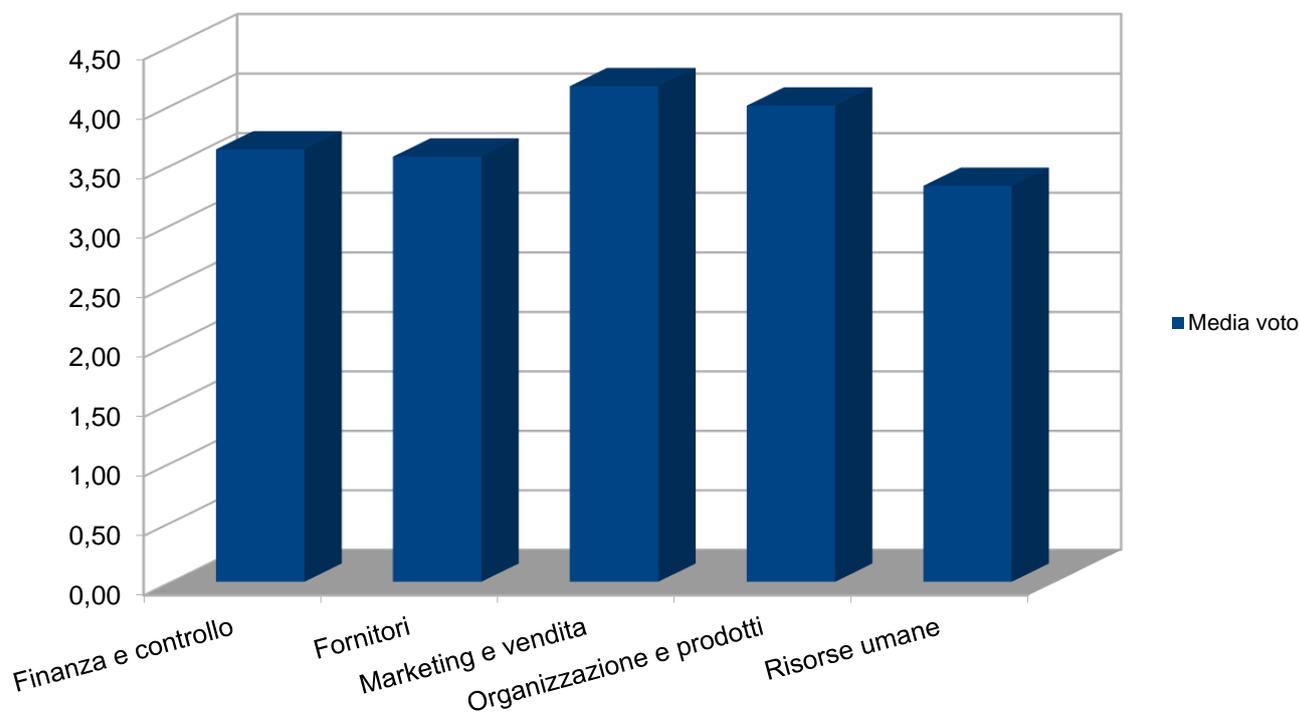
Rimane l'interesse prevalente di automatizzare e dematerializzare in tutti i settori, oltre alla ricerca di figure con una marcata multi operatività.

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.



Toscana	Aree di Interesse	Media voto
	Finanza e controllo	3,63
	Fornitori	3,57
	Marketing e vendita	4,16
	Organizzazione e prodotti	4,00
	Risorse umane	3,33

Media voto

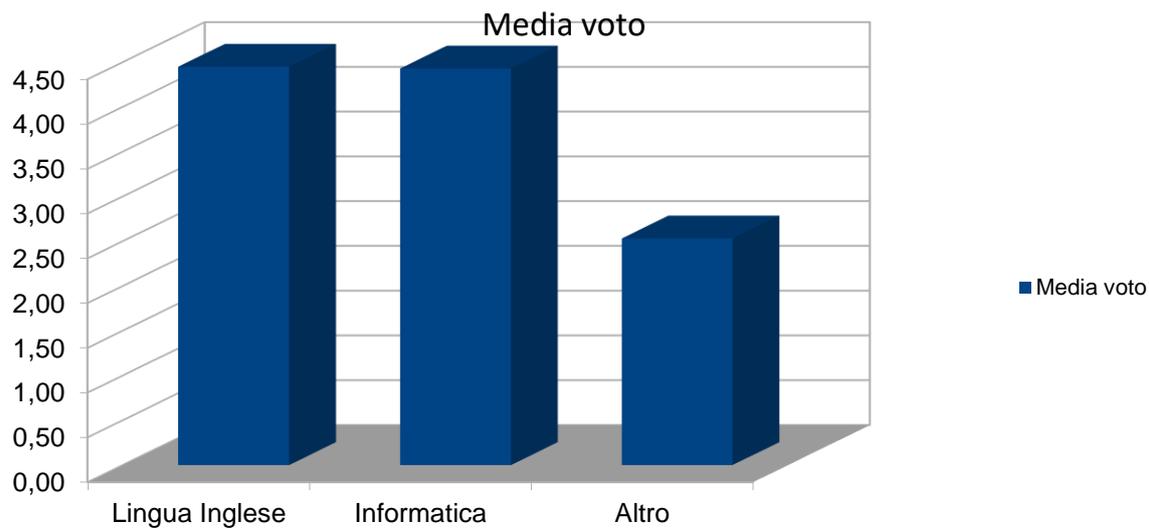


Nella sezione delle esigenze formative si riconferma la ricerca di formazione nell'area linguistica oltre, ovviamente, nell'ottica della dematerializzazione e dell'automazione, la ricerca nell'area tecnologica e informatica.

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.



	Esigenze	Media voto
Toscana	esigenze inglese	4,45
	esigenze informatica	4,43
	esigenze altro	2,53



Rispetto all'ultima analisi rimane sensibile la priorità data all'area linguistica e tecnologica rispetto a tutte le altre, riconfermando un' esigenza sempre prevalente.

In conclusione le aziende, anche in funzione della particolare situazione, sono focalizzate: sul potenziamento delle aree commerciali, all'ottimizzazione dei processi di produzione/realizzazione dei servizi, così da abbassare le spese di produzione e massimizzare i canali di vendita e soprattutto la diversità degli stessi. Con il potenziamento del lavoro domiciliare e l'impossibilità di incontrarsi con fornitori/clienti/partner in presenza è inoltre fortissima la necessità di competenze digitali sia rivolte alla comunicazione, sia alla dematerializzazione dei documenti, così come l'aumento delle competenze nella comunicazione digitale complessa.

Firenze, 26 Aprile 2021