



I.I.S. "A CHECCHI"  
Fucecchio (FI)

## ANALISI DEI FABBISOGNI FORMATIVI

**Identificare il fabbisogno formativo aziendale e rilevare le figure professionali maggiormente richieste dal comparto artigianato**

**Data di redazione 20/01/2023**



L'Agenzia Formativa dell'I.I.S. "Arturo Checchi" effettua, tra le azioni preparatorie alla erogazione di attività formative, analisi dei fabbisogni nei settori in cui si rilevano maggiori problematiche e maggiori richieste al fine di favorire l'occupabilità di giovani nel distretto attraverso formazione specialistica e tecnica.

È interesse di far accrescere la professionalità delle aziende del territorio, proponendo percorsi formativi adeguati, dopo aver cercato di comprendere le esigenze formative del settore all'indomani dell'evento pandemico e Geopolitico, con le conseguenze che questo ha comportato sui processi organizzativi e produttivi.

Per questo motivo, nell'ambito del settore dell'artigianato e pmi è stata realizzata un'indagine dal Consorzio Copernico con CNA Siena, per il periodo 01/01/2021 – 30/09/2021 che ha inteso fotografare le necessità formative delle aziende associate a CNA del territorio della Provincia di Pisa al fine di rilevare le necessità formative più rispondenti ai reali fabbisogni di aggiornamento delle competenze tecnico professionali.

Gli obiettivi della ricerca sono stati:

- identificare il fabbisogno formativo aziendale, per elaborare interventi formativi specifici e rilevanti, al fine di potenziare le risorse umane già presenti nell'organico aziendale;
- rilevazione delle figure professionali maggiormente richieste dal comparto dell'artigianato.



L'attività si è articolata secondo le seguenti fasi:

1. messa a punto della struttura CNA per la rilevazione sui fabbisogni formativi relativi alle seguenti tematiche:
  - a. Innovazione dell'organizzazione
  - b. Digitalizzazione dei processi aziendali
  - c. Formazione e aggiornamento professionale relativi alle competenze specifiche di settore.
2. contatto con i titolari di aziende associate e clienti di CNA;
3. rilevazione dei fabbisogni tramite attività commerciale, contatti telefonici, visite aziendali tramite i funzionari CNA e i consulenti CNA;
4. raccolta ed elaborazione dei dati;

Le rilevazioni svolte hanno avuto come obiettivo quello di analizzare quali siano le esigenze di aggiornamento del personale presente in organico nelle aziende del territorio della Provincia di associate a CNA su tematiche legate all'innovazione, alla digitalizzazione e alle competenze specifiche di settore e mestiere, al fine di realizzare percorsi di aggiornamento delle competenze professionali in azienda consentendo di formare e potenziare il personale esistente adattandolo alle innovazioni e cambiamenti del mercato.

L'attività di analisi è stata effettuata prima con un contatto ampio e diffuso sui Territori in fase iniziale, poi con approfondimento specifico sulle singole aziende interessate, appartenenti a più settori e con netta prevalenza di PMI, anche tramite visite aziendali.

In sintesi hanno risposto positivamente: 200 aziende



La richiesta e la rilevazione dei fabbisogni si articola in 3 sezioni:

- la prima è relativa al contatto e alla raccolta dei dati anagrafici aziendali;
- la seconda parte è destinata a rilevare l'importanza che l'azienda attribuisce al potenziamento delle competenze in termini di conoscenze e capacità dei propri dipendenti attraverso la realizzazione di azioni formative l'analisi e la richiesta delle figure professionali e delle competenze richieste in azienda in ottica di mercato del lavoro;
- la terza parte è relativa alla raccolta dei fabbisogni formativi relativi alle area di competenza prese in esame.

In riferimento alla rilevazione dei fabbisogni delle 200 aziende coinvolte risulta che:

- Il 20% delle aziende aderenti al progetto ha la necessità di potenziare le competenze del proprio personale sul tema della “Digitalizzazione dei processi aziendali”;
- Il 29% delle PMI ha la necessità di realizzare percorsi di formazione e aggiornamento professionale relativi alle competenze specifiche di settore (formazione interna);
- Il 33% delle PMI ha la necessità di realizzare percorsi di formazione e aggiornamento professionale relativi alle competenze specifiche di settore (reperimento di nuovo personale);
- Il 20% delle PMI ha il fabbisogno di aggiornare il proprio organico relativamente al tema delle Competenze relazionali.





## FABBISOGNO FORMATIVO

### **“DIGITALIZZARE I PROCESSI AZIENDALI”**

La digitalizzazione dei processi aziendali è oggi un passaggio obbligatorio di cui non si può fare a meno. Soprattutto le piccole e medie imprese devono dotarsi degli strumenti che l'avvento della digitalizzazione ha reso indispensabili per garantire la continuità delle attività aziendali e la conseguente necessità di permanere in un mercato di riferimento in trasformazione.

Dotarsi dei mezzi o delle tecniche digitali molto spesso non significa offrire al cliente un prodotto/servizio con un valore aggiunto superiore. Infatti, anche se le aziende adottano dei nuovi strumenti come ad esempio un gestionale CRM o un e-commerce con i quali voler migliorare le performance, senza però andare a rivedere come opera l'azienda e senza ridisegnare i processi aziendali, molto probabilmente questi strumenti non sono sufficienti.

La digitalizzazione dei processi aziendali prevede un'operazione più profonda che permette di collegare in modo digitale la comunicazione e i processi aziendali sia interni che esterni. Digitalizzare, o meglio innovare con la digitalizzazione, vuol dire ridisegnare i processi aziendali e soprattutto quelli interaziendali in relazione delle opportunità offerte dalla tecnologia, cercando di fare leva sullo scambio di informazioni in formato strutturato ed elaborabile in tutti i punti in cui si instaura un rapporto cliente/fornitore. Per questo importante motivo diventa imprescindibile ripensare tutto il processo aziendale in chiave digitale.

L'Innovazione Digitale rappresenta un importante fattore di sviluppo per le PMI, una leva fondamentale per innovare processi e prodotti, migliorare la relazione con il mercato e spingere l'internazionalizzazione.



Dal confronto con le aziende è emerso che la digitalizzazione dei documenti diventa una potenziale occasione di ridisegno dei processi, in particolare dedicando attenzione a processi sia di alfabetizzazione digitale sia di sviluppo delle competenze digitali in azienda.

Nello specifico una migliore alfabetizzazione digitale e maggiori competenze nell'utilizzo di processi digitali, potrebbe condurre a notevoli miglioramenti delle performance di processo sintetizzabili come segue:

- riduzione dei costi di processo, ovvero migliore allocazione delle risorse di processo (in particolare con riferimento alle risorse umane). In questa prospettiva l'ipotesi è quella che l'utilizzo di questi strumenti consenta il conseguimento di risparmi decisamente maggiori riconducibili ai costi diretti di processo (ove l'obiettivo dell'azione di ridisegno sia rappresentato dal conseguimento di significativi recuperi di produttività / efficienza);
- miglioramento della qualità di processo, ovvero della adeguatezza dei flussi informativi a supporto dei principali processi decisionali interni all'impresa e, nella sua accezione più ampia, a supporto dei processi di comunicazione verso l'esterno;
- riduzione dei rischi di processo per il tramite di una maggiore compliance con le normative istituzionali e interne all'azienda.

In questo periodo in cui si aspettano molti cambiamenti guidati dalla tecnologia, per le aziende è importante essere flessibili per adattarsi con rapidità alle nuove esigenze dei clienti e al contesto di mercato guadagnando così vantaggio competitivo.



## “FORMAZIONE SPECIFICA DI SETTORE”

Complessivamente sono emerse anche le caratteristiche distintive dei fabbisogni formativi del comparto artigiano, da cui non si può prescindere nel predisporre formazione e aggiornamento non solo in campo digitale ma anche in quello tradizionale, specifico del proprio mestiere e settore di riferimento al fine di garantire la qualità del servizio ed essere in linea con i costanti cambiamenti del mercato di riferimento:

1. originalità e unicità dei percorsi formativi da azienda ad azienda. I fabbisogni formativi sono estremamente variegati poiché rispecchiano i vari settori, mestieri, tradizioni, dimensioni dell'azienda che sono diversi tra loro;
2. interdisciplinarietà delle figure richieste, tale da combinare diverse competenze anche molto diverse tra loro;
3. importanza della conoscenza del settore/mestiere/filiera in cui si colloca l'azienda: un'analisi di settore e di mestiere permette di coglierne le specificità e inserire i progetti formativi nell'ambito di un contesto più ampio, di territorio, di filiera, di mercato;
4. necessità di percorsi formativi in azienda e on the job, anche per favorire nello specifico settore di riferimento momenti di crescita collegata anche alla transizione generazionale.





## **“REPERIMENTO DI NUOVO PERSONALE”**

Il mercato del lavoro sta vivendo una fase difficile. Continua a schizzare in alto la difficoltà di reperimento del personale: si è raggiunto il picco del 46,4% (dati sole 24 ore – 15/11/2022). Quasi un profilo su due è considerato introvabile dai datori di lavoro. Alla base del mismatch c'è sia la mancanza di candidati idonei, sia la preparazione inadeguata. Sono necessari quasi quattro mesi per trovare sul mercato il profilo richiesto. Si raggiungono anche punte di sette mesi per figure altamente specializzate. Sul disallineamento pesano lo scollamento tra il mondo della scuola ed il mondo del lavoro, la mancata riforma dell'orientamento (per far conoscere a famiglie e studenti tutte le opportunità dei percorsi di studi), il mancato completamento del rilancio della filiera tecnico – professionale. Le aziende lamentano profondamente la carenza di personale, in linea con la media nazionale. In particolar modo c'è esigenza di personale in tali settori:

- impiantisti/termoidraulici
- meccanica/meccatronica
- costruzioni/edilizia
- settore moda: conciario, calzaturiero
- sviluppatori/programmatore informatici
- ristorazione: aiuto cuoco addetto di sala
- addetto alle pulizie



## “COMPETENZE RELAZIONALI”

Un altro aspetto che è emerso in sede di contatto con le aziende è quello della necessità di formazione in ambito di competenze relazionali con il cliente, anche riservate al personale tecnico e operativo. Questo anche in considerazione che post pandemia le aziende si sono trovate ad affrontare Nuovi mercati, nuove sfide, nuovi stili comunicativi:

- Com'è cambiato il mercato;
- Cosa è il mercato e qual è il nuovo mercato di riferimento;
- Quale deve essere il nuovo approccio al mercato e quale sono le nuove dinamiche che lo muovono.

Un percorso formativo su tali ambiti porterebbe benefici molto tangibili nella aziende e soprattutto consentirebbe alle aziende di affrontare con maggiore consapevolezza e capacità tutte le fasi relative alla gestione del cliente confrontandosi quotidianamente con le seguenti tematiche:

- Come sta cambiando il cliente;
- L'importanza del servizio orientato al superamento della soddisfazione del Cliente;
- I comportamenti e gli atteggiamenti comunicativi da sviluppare per creare una relazione con il Cliente;
- Comunicazione positiva, assertiva e proattiva nei confronti del Cliente;
- Focalizzare l'attenzione del Cliente sulla risoluzione dei problemi;
- Fidelizzare il Cliente e consolidare il rapporto nel tempo.



## **“MERCATO DEL LAVORO – andamento”**

La fotografia scattata dal bollettino Excelsior/Unioncamere- Anpal, riferito al mese di novembre segna una lieve crescita dei livelli della domanda di lavoro, rispetto al periodo pre-covid. Le incognite sul piano geopolitico e dinamiche dell'inflazione stanno producendo effetti negativi, non solo sul PIL, ma anche sul mercato del lavoro, per cui è probabile che la spinta positiva vada scemando nel primo trimestre 2023.

Fuavecchio 20/01/2023

Analista fabbisogni formativi