



Rapporto ASFOR 2010:

1a Indagine

“Osservatorio Learning Mezzogiorno”

Elisabetta Salvati,

Consigliere ASFOR e Coordinatore del Gruppo di Lavoro
dell'attività di ricerca ASFOR- ISFOL

workshop ASFOR / ISFOL

“LA FORMAZIONE DEI MANAGER PER LA COMPETITIVITÀ DEL MEZZOGIORNO”

17 settembre 2010 – h. 15.00

Fiera del Levante, Bari - Sala Conferenze del Padiglione Regione Puglia (n. 152)



Finalità

- L'Indagine ha la finalità di **far emergere scenari, trend, idee nel mondo della formazione.**
- La ricerca è stata **avviata nel luglio 2010.**
- La "**1a Indagine Osservatorio Learning Mezzogiorno**" si è focalizzata sulle **imprese del Sud** ed integra l'indagine "*Osservatorio learning di ASFOR*", giunta alla 5a edizione.
- La 1a edizione della ricerca ha avuto un focus sulle imprese Pugliesi.
- Hanno partecipato alla ricerca principalmente i Responsabili del Personale, Imprenditori e senior manager.



Elenco aziende che hanno risposto

AMARELLI	I&T SERVIZI	PR.ALI.NA.
BRIDGESTONE ITALIA	IA.ING	QBR ENGINEERING
CENTRO EDILE QUARTARELLA	IGAM	BIRRA PERONI
CENTRO ITALIANO CONGRESSI CIC SUD	IPZS	SANGALLI VETRO MANFREDONIA
CENTRO ITALIANO CONGRESSI CIC SUD	MEGAMARK	SECURPROJECT.IT
CEZANNE SOFTWARE	MICROMAINT	SKF INDISTRIE
CONTACT CENTER	MODA GROUP	SOC COOP ESDRA
EXPRIVIA	MODULO	STANTE LOGISTICS
FIREMA	NATUZZI	TOZZI ELECTRICAL EQUIPMENT
FONTI DEL VULTURE	PLANETEK ITALIA	VENPA SUD
		VESTAS NACELLES ITALIA



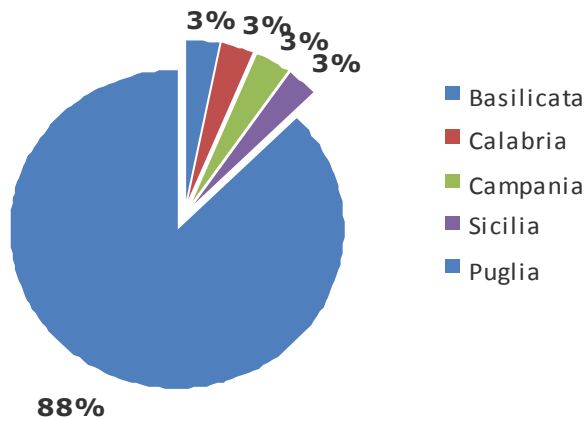
Campione

- Alla ricerca hanno **risposto 31 aziende**.
- Il **numero medio dei dipendenti è di 407**.
- Alla ricerca ha partecipato un campione rappresentativo delle attività imprenditoriali meridionali, composto da grandi imprese e PMI che utilizzano la formazione come leva di sviluppo.
- Il **15,2 % del campione** dichiara di avere una **diversificazione alta del business** (il 66,7 media e il 15,2% bassa. Il 3% non ha risposto).

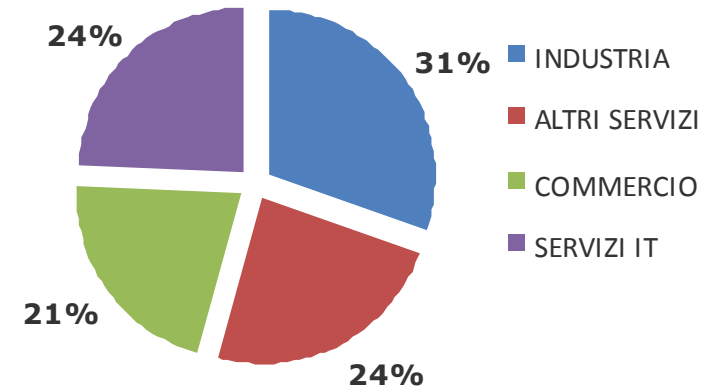


Il Campione

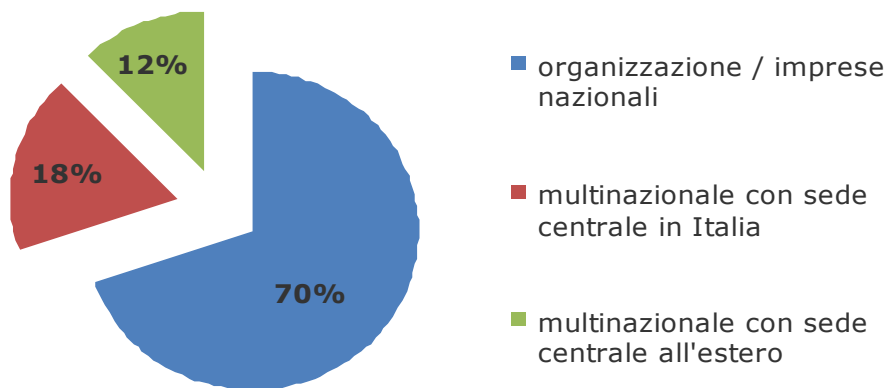
Suddivisione territoriale



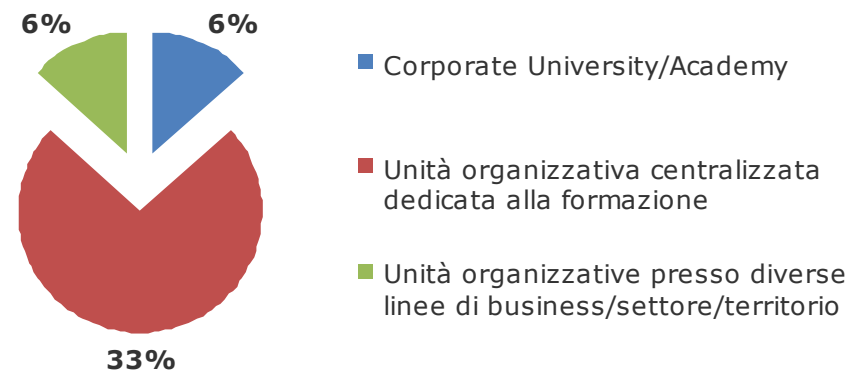
Settori di appartenenza



Livello di internazionalizzazione



Modello organizzativo della formazione





Integrazione della formazione nel sistema aziendale

Punti di forza	Aree di miglioramento
<ul style="list-style-type: none">Integrazione con responsabili di business	<ul style="list-style-type: none">Grado di centralizzazione dei processi decisionali sulla formazioneLivello di integrazione della formazione con l'intero sistema di gestione e sviluppo delle Risorse UmaneUtilizzo dei finanziamenti pubblici per la formazione continua

Grado di sistematicità con il quale i responsabili della formazione incontrano l'alta direzione (in una scala da 1 a 10)

Mezzogiorno	Livello nazionale
<ul style="list-style-type: none">oggi: 6,6tre anni: 7,6	<ul style="list-style-type: none">oggi: 6,25tre anni: 7,41

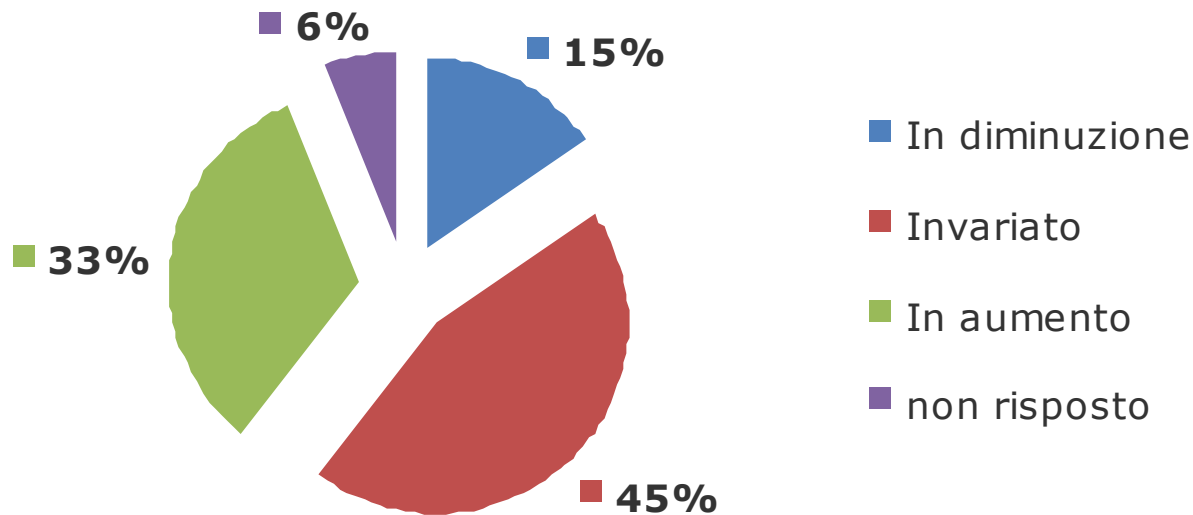


Integrazione della formazione nel sistema aziendale

Oggi la formazione è sempre più impegnata a costruire una **rete** che consenta di allargare la capacità delle imprese ad **innovare**, a fare **benchmarking** e a **confrontarsi con le migliori esperienze** sviluppate in altri contesti.



Il budget della formazione per il 2010 rispetto al 2009:



Il dato è leggermente migliore rispetto all'“Osservatorio Learning” nazionale

Per il 2011:

il **45%** delle aziende dichiara che sarà **invariato**, ma con significativi **segnali positivi**, per 48% delle aziende.

Nessuna impresa prevede una riduzione. Forse il miglioramento riflette una maggiore fiducia per la ripresa economica



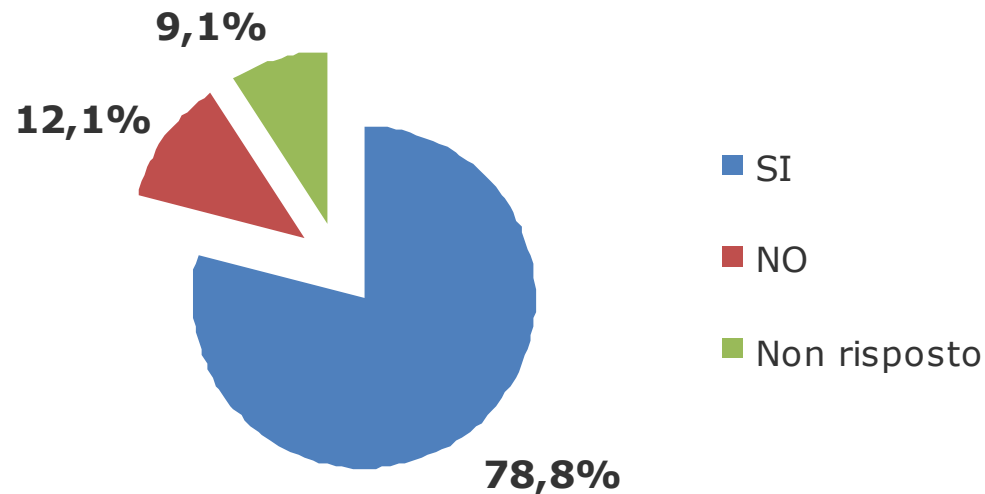
L'interesse verso il finanziamento della formazione

- Nel 2010 il **l'69,7% del campione** (contro l'88,0% delle aziende dell'Osservatorio Learning Nazionale) prevede di fare ricorso in maggiore misura alle attività di formazione finanziate.
- Questa tendenza si registra per tutte le tipologia delle impresa del campione.
- Quasi tutte le aziende segnalano la crescente rilevanza al ricorso dei finanziamenti, in particolare attraverso i Fondi interprofessionali (tra i quali, Fondimpresa, Fondirigenti), Fondi regionali, Fondi europei o internazionali e Fondi nazionali.

**Occorre rendere sempre meno burocratico
il conferimento, la gestione e la valutazione dei fondi,
per premiare la qualità degli interventi**



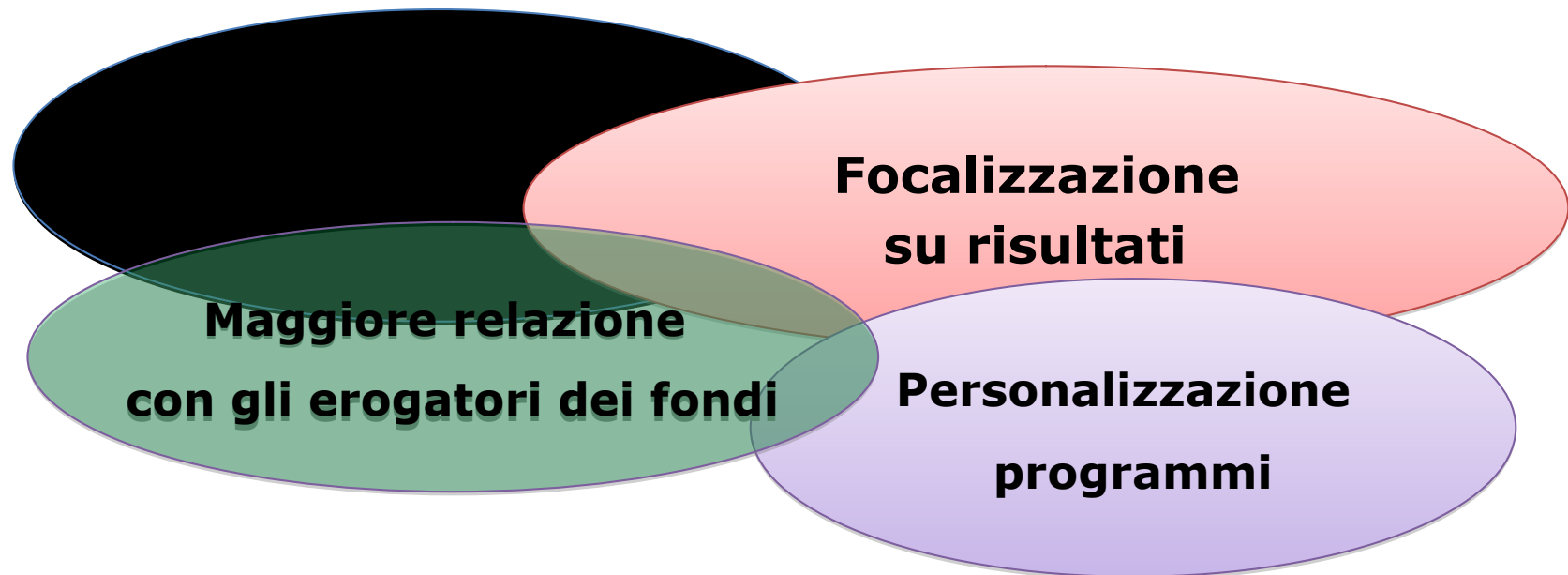
Il 78,8% delle aziende coinvolge i propri manager nelle attività di formazione:



- Questo dato conferma la forte **integrazione della formazione con l'attività di business.**
- Tuttavia questo dato è inferiore al dato nazionale (87,0%)



Le risposte alla crisi: i 4 punti di attenzione





Principali finalità per sostenere la competitività aziendale

1. Promuovere e accelerare i processi di innovazione (prodotti, mercati, ecc..)
2. Migliorare l'efficienza aziendale (lean production, riduzione costi, project management, ecc..)
3. Fornire supporto alle strategie di marketing e commerciale
4. Sostenere le performance aziendali soprattutto a livello dirigenziale



Per il 2010, nell'ambito dei programmi di formazione, aumenterà l'attenzione verso i seguenti temi/contenuti:

- Skill manageriali (gestione delle risorse umane, project management, process management, budget, pianificazione, ecc.)
- Marketing, commerciale, relazione con il cliente
- Leadership, gestione del cambiamento
- Comportamenti organizzativi (lavoro in gruppo, comunicazione, ecc..)



Crisi e formazione: i cambiamenti più rilevanti

Molti responsabili della formazione hanno **cambiato strategie di formazione per far fronte ai nuovi contesti competitivi:**

- Il **45%** delle aziende ha **riorientato le attività di formazione** in modo significativo (contro il 52,2% del dato nazionale)
- Il **42%** delle aziende **continua a porre grande attenzione** all'efficienza (contro il 47,3 del dato nazionale)
- Il **36%** delle aziende del campione ha accentuato gli **aspetti di personalizzazione delle attività** di formazione (contro il 48,9% del campione nazionale).

In qualche caso si registra una **riorganizzazione delle unità organizzative dedicate alla formazione** (12% delle aziende contro il dato nazionale del 20,6%) ed una **riduzione degli organici dedicati alla formazione** (6% delle aziende contro il dato nazionale del 10,8%)



La risposta alla crisi: la personalizzazione dell'offerta formativa

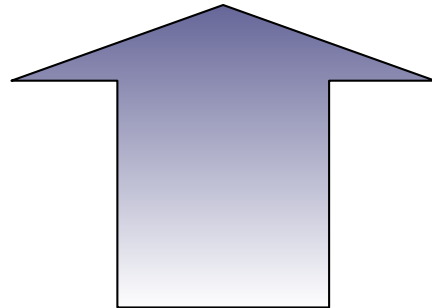
Le aziende non si sono limitate a ridurre i programmi di formazione, ma spesso hanno anche modificato l'offerta di formazione:

- Il **52%** (51,6% dato nazionale) ha introdotto nuovi programmi coerenti con le nuove priorità aziendali (riduzione dei costi efficienza, vendite e nelle grandi imprese anche gestione dei cambiamenti organizzativi, leadership)
- Il **27%** (70,2% dato nazionale) delle aziende hanno focalizzato le attività su contenuti considerati strategici.
- Il **27%** (51,8% dato nazionale) ha focalizzato le attività su partecipanti individuati come strategici.

Nelle **aziende del sud**, campione della ricerca, **i nuovi programmi di formazione sono focalizzati a ridurre costi ed aumentare l'efficienza**. Mentre nel **campione nazionale** c'è maggiore enfasi allo sviluppo della **leadership** e del **change management**.

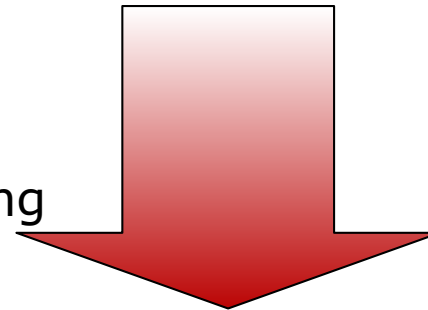


Le metodologie: i trend



Aumenta

- Training on the job
- Coaching & Mentoring
- Outdoor



Diminuisce

- Aula
- E-learning

Il dato sull'Outdoor è in contro tendenza con il dato nazionale che invece segna una netta diminuzione

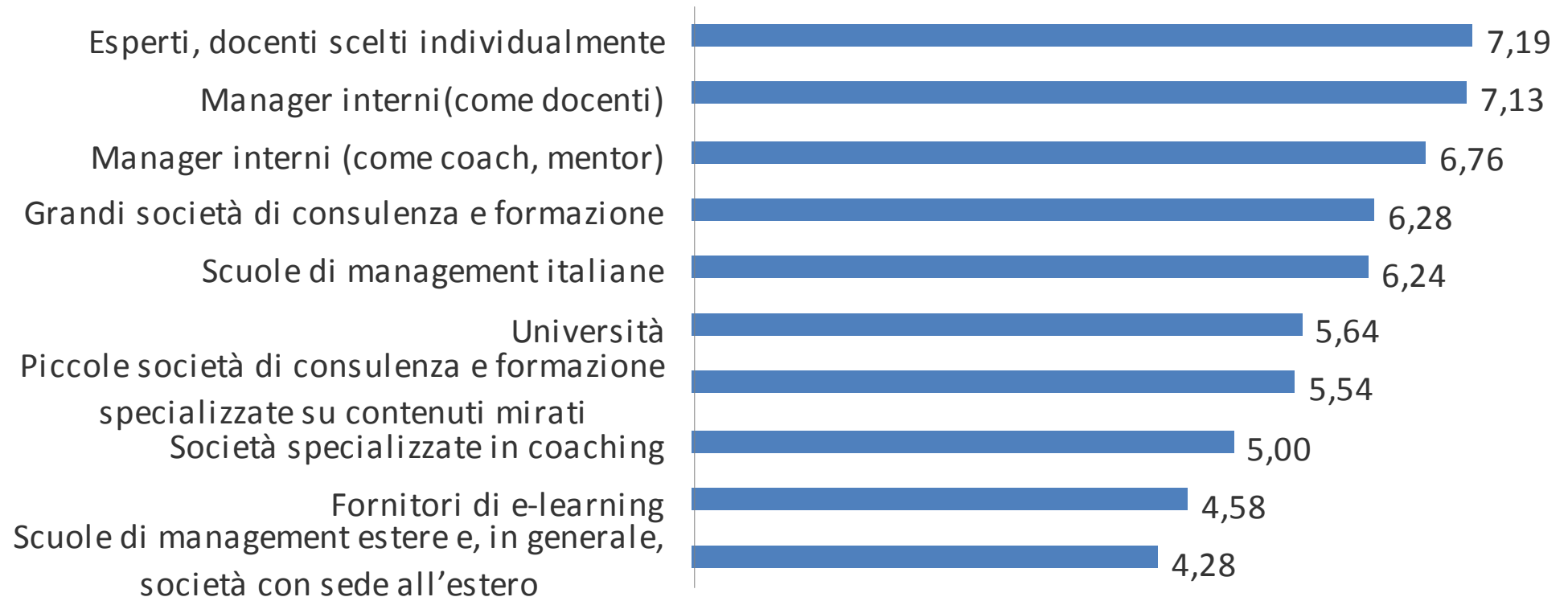
Il 12,1% delle aziende (4 su 31) ha sperimentato nei programmi di formazione l'utilizzo dei **social network**.

I giudizi sono in genere buoni **7,83 su 10** sia per le aziende che per i partecipanti (*su scala di gradimento da 1 a 10: 1= poco positiva, 10= molto positiva*)



Importanza fornitori di formazione: (scala valori da 1 a 10)

Oggi





Importanza fornitori di formazione: (scala valori da 1 a 10)

A tre anni



Continua ad essere bassa la partnership azienda - università



La capacità di risposta dei provider di formazione

(scala di valori da 1 a 10, dove 1= basso, 10= alto)

Le aziende valutano la capacità di risposta dei fornitori di formazione nel contribuire alla realizzazione delle nuove priorità aziendali:

7 su 10

Positivo ma con ampie aree di miglioramento

Perché:

- vicinanza e comakership nella progettazione d'esecuzione
- presenza sulla realtà locale e conoscenza del settore
- il settore di riferimento troppo specifico
- una certa standardizzazione dei contenuti



Le sfide cui la formazione deve far fronte nei prossimi anni

- Migliorare la formazione funzionale per la crescita di ruoli specifici: aggiornamento continuo dei dipendenti
- Migliorare le capacità manageriali dei collaboratori e in particolare la capacità di "fare squadra".
- Impattare in maniera evidente e significativa sui livelli di efficienza produttiva
- Promuovere il cambiamento culturale e strutturale
- Nelle imprese familiari favorire il ricambio generazionale.
- Ottimizzare i costi di formazione
- Costruire una partnership più solida e continua fra scuole di management e impresa.

