



I talenti e la formazione **di domani.**

Un sondaggio a cura di

FONDITALIA
Fondo Formazione Italia

Fondo paritetico interprofessionale per la formazione continua

Un sondaggio promosso da FondItalia e realizzato con metodo CAWI da giugno a settembre 2016 su un campione di 989 partecipanti in collaborazione con

GRUPPO  24 ORE

L'IMPRESA
ASSOCIATA ITALIANA DI MANAGEMENT

100% PROFESSIONISTI
Uomo &
MANAGER

 *oipa* magazine.it

radio

KISS KISS
play everywhere

EXPO  Training
LA FIERA DELLA FORMAZIONE


FIERA MILANO

I talenti e la formazione
di domani.

Anche quest'anno FondItalia ha voluto promuovere un sondaggio via web sui grandi temi della formazione continua nelle imprese.

Le Parti Sociali che promuovono il Fondo – UGL e FederTerziario – ritengono, infatti, che sia fondamentale per un Fondo Interprofessionale confrontarsi in maniera costante con i protagonisti del mondo del lavoro – imprenditori, liberi professionisti, lavoratori dipendenti etc. – sia per comprendere meglio cosa accade oggi in Italia, ma anche per cogliere aspettative e opinioni che consentano di anticipare scenari futuri e non farsi cogliere impreparati.

Il sondaggio Fonditalia 2016, dal titolo “Professioni e competenze del futuro” si è concentrato, dunque, sui talenti, le professioni e la formazione di domani. Quali saranno le figure professionali ad avere un maggiore sviluppo nel prossimo futuro? E quali competenze risulteranno essenziali? E qual è il ruolo che può giocare la formazione in tal senso?

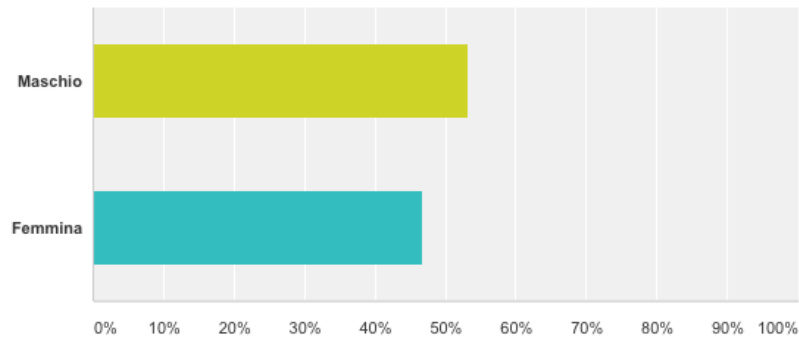
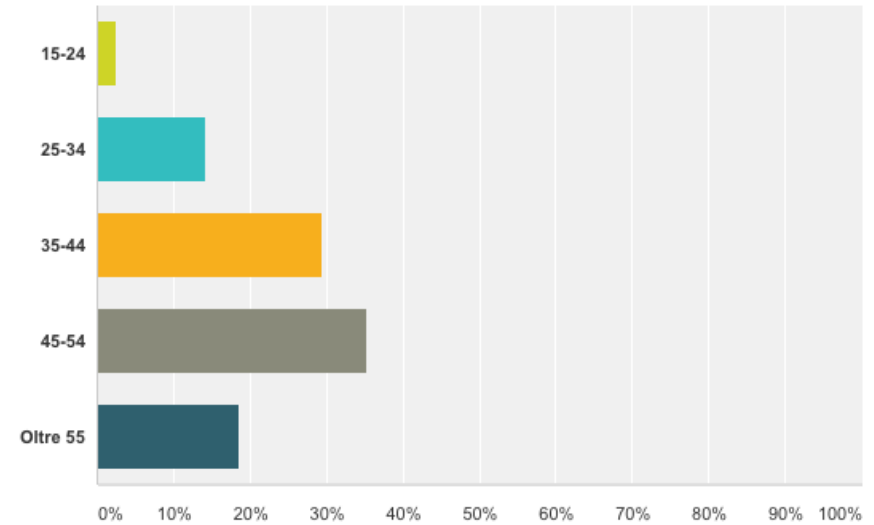
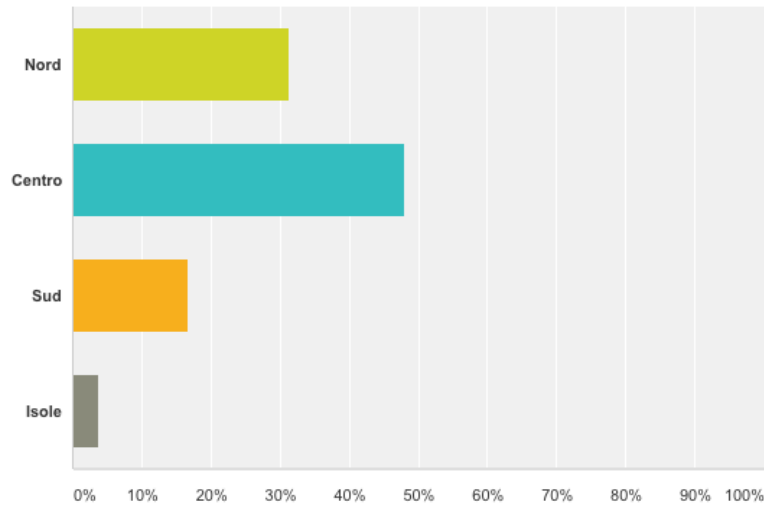
In Italia si fa ancora poca formazione rispetto al resto d'Europa, ma qualcosa si sta muovendo. Oltre alla scarsa conoscenza delle opportunità di formazione finanziata offerte dai Fondi Interprofessionali, non va sottovalutato il fatto che la formazione in azienda resti troppo spesso un mero adempimento limitato al rispetto degli obblighi di legge.

In questi anni stiamo assistendo, però, ad una lenta ma costante inversione di tendenza, anche nelle piccole imprese. Il difficile periodo di crisi che ha caratterizzato i nostri mercati, la crescente concorrenza globale e le difficoltà generali di tutto il tessuto produttivo italiano e non solo hanno evidentemente portato molti imprenditori, ed anche i lavoratori stessi, ad avere un approccio diverso verso la formazione, vista finalmente come strumento di possibile crescita ed elemento strategico per l'azienda di domani.



Il panel.

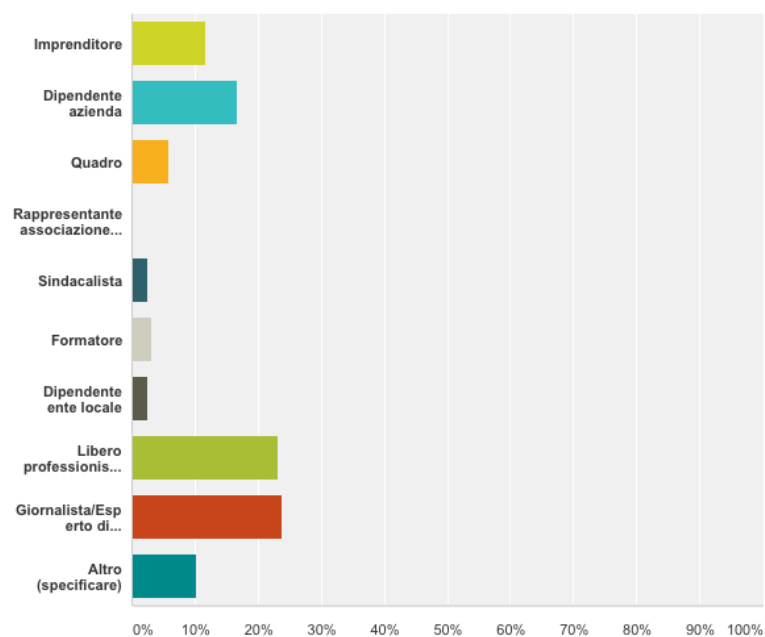
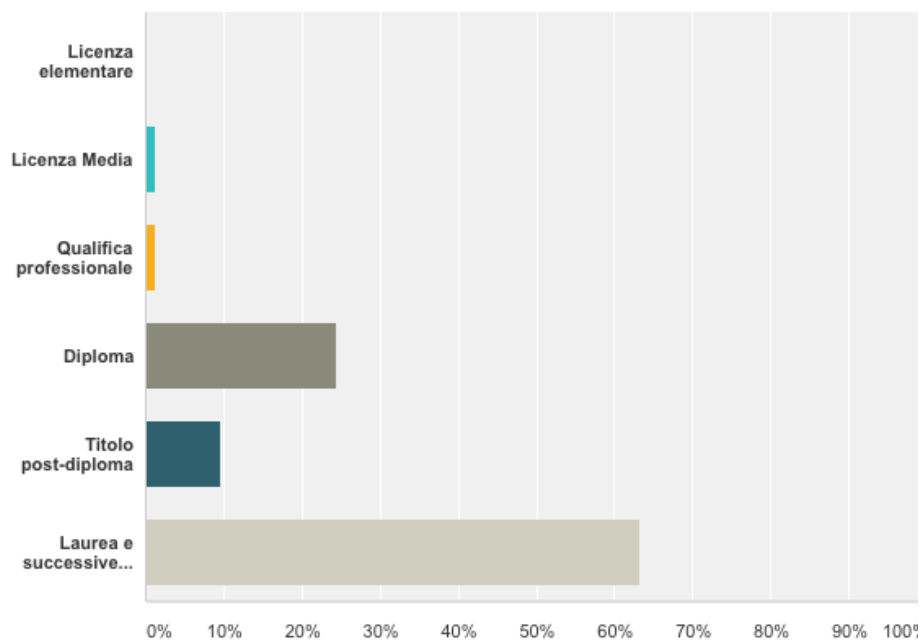
Il campione raggiunto, costituito da 989 persone, proviene perlopiù dal centro Italia (48%), è in piena attività lavorativa, con un'età compresa tra i 35 ed i 54 anni (65%) ed è quasi equamente rappresentato da uomini (52%) e donne (48%).



Una percentuale molto alta, pari al 63%, è in possesso di laurea e successive specializzazioni.

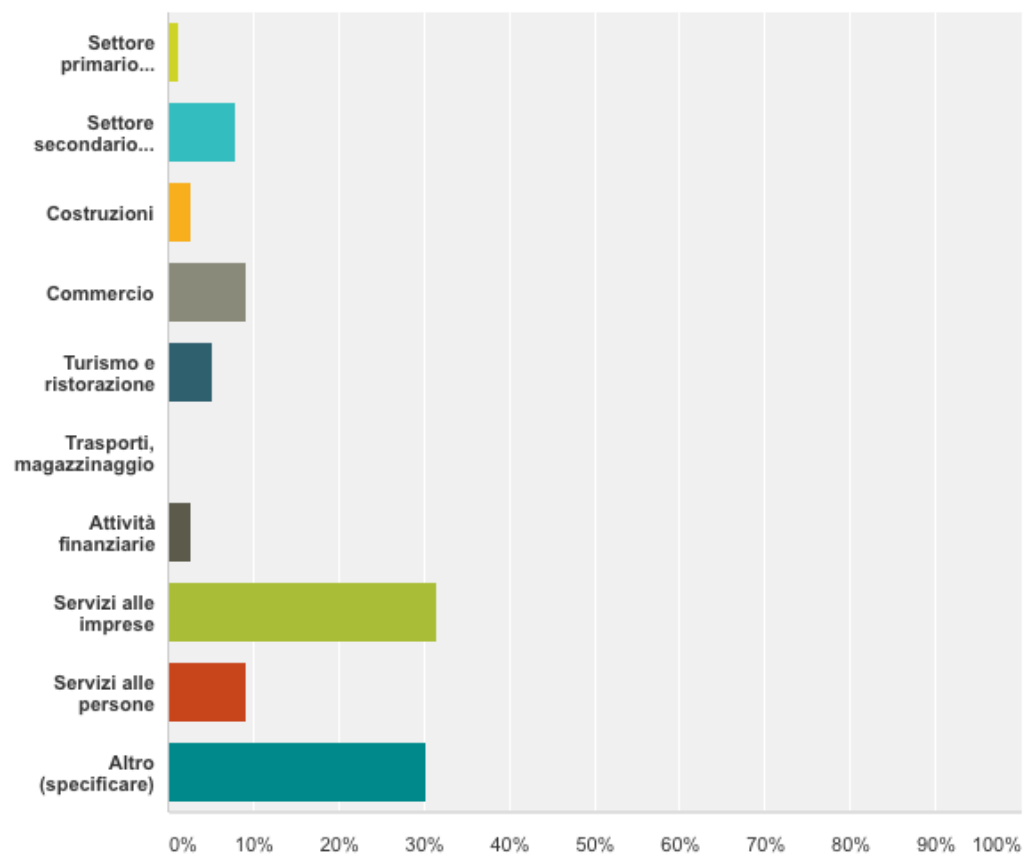
La selezione del campione in tal senso è probabilmente connessa con la modalità utilizzata per partecipare al sondaggio; modalità che richiede una alfabetizzazione informatica di base che però nel nostro Paese resta ancora associata ai più alti titoli di studio.

Variegata la rosa delle professioni svolte dal nostro campione: imprenditori (12%), dipendenti di azienda (17%), liberi professionisti (23%). Ben rappresentati anche professionisti del web e giornalisti (23%), segno di una crescente attenzione dei media nei confronti della formazione.



Tra i settori economici maggiormente rappresentati, quello dei Servizi alle imprese (31%), dei Servizi alle persone (10%) e del Commercio (9%).

Un significativo 30% dichiara di appartenere a settori altri, non direttamente identificabili tra i comparti attuali. Che non si nasconda qui l'esigenza di professionalità future non attualmente codificate?

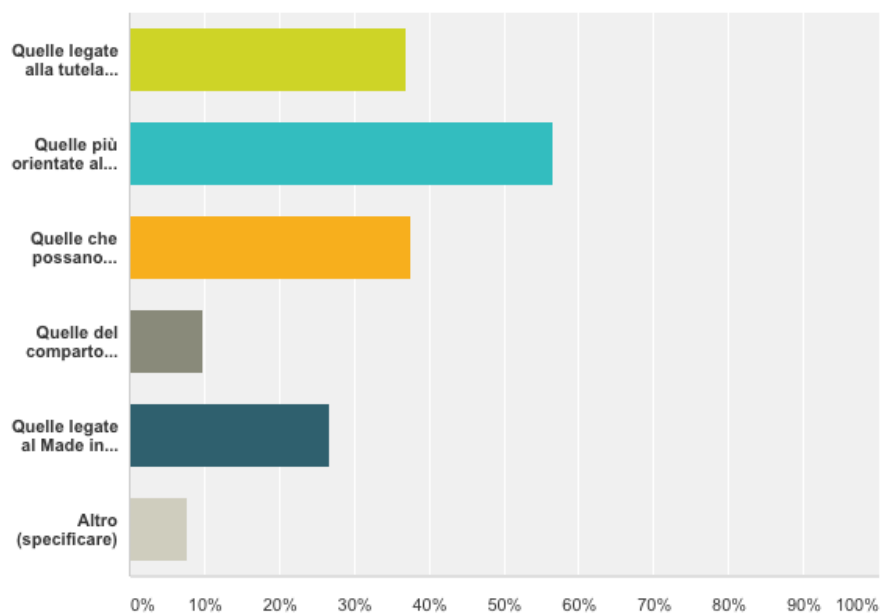




Le opinioni.

Abbiamo chiesto “Secondo la sua opinione, quali saranno le figure professionali ad avere un maggiore sviluppo nei prossimi 5 anni?” (Risposta a scelta multipla).

Il 56% del panel pensa al web, ma prevede grandi sviluppi anche per le professioni legate alla tutela dell'ambiente (37%) e per quelle in grado di facilitare l'internazionalizzazione e la diffusione del Made In Italy. Tra le risposte libere, specificate nella risposta “Altro”, compaiono anche la consulenza di direzione, la cultura, l'agricoltura.



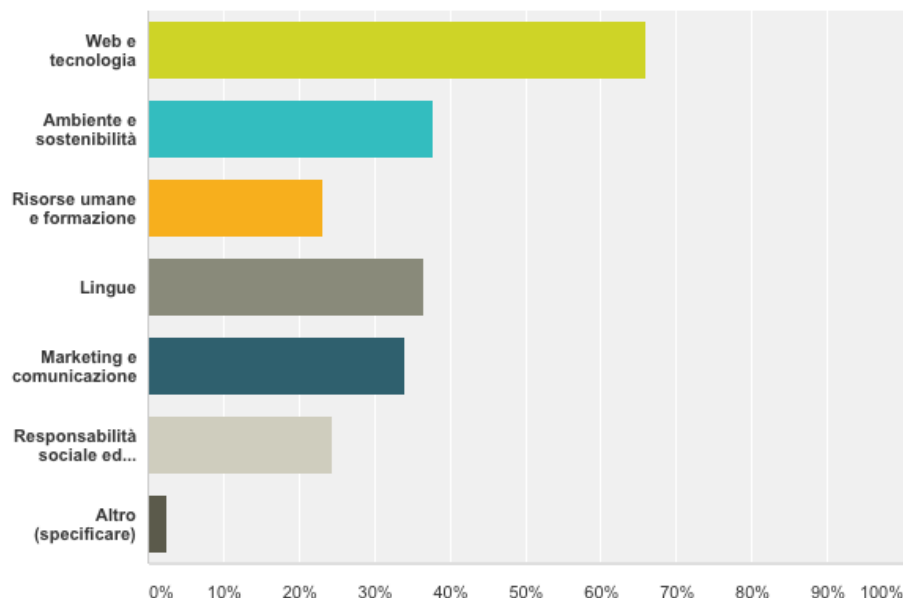
Opzioni di risposta	Risposte
Quelle legate alla tutela dell'ambiente	37,01%
Quelle più orientate al web	56,49%
Quelle che possano agevolare l'internazionalizzazione delle imprese	37,66%
Quelle del comparto artigianale	9,74%
Quelle legate al Made in Italy	26,62%
Altro (specificare)	Risposte 7,79%

Abbiamo chiesto ancora “Secondo la Sua opinione, le competenze di quale ambito risulteranno essenziali nei prossimi 5 anni?” (Risposta a scelta multipla).

Il 66% del panel indica ancora quelle legate al web e alla tecnologia, ma vengono anche immaginate come essenziali nel breve periodo quelle legate all’ambiente e alla sostenibilità (38%), la conoscenza delle lingue (36%), del marketing e della comunicazione (34%).

Una percentuale ancora piuttosto significativa del panel segnala come essenziali le competenze inerenti la responsabilità sociale d’impresa, facendo ben sperare in una maggiore attenzione riservata all’etica nella visione strategica delle aziende e del loro impatto sociale.

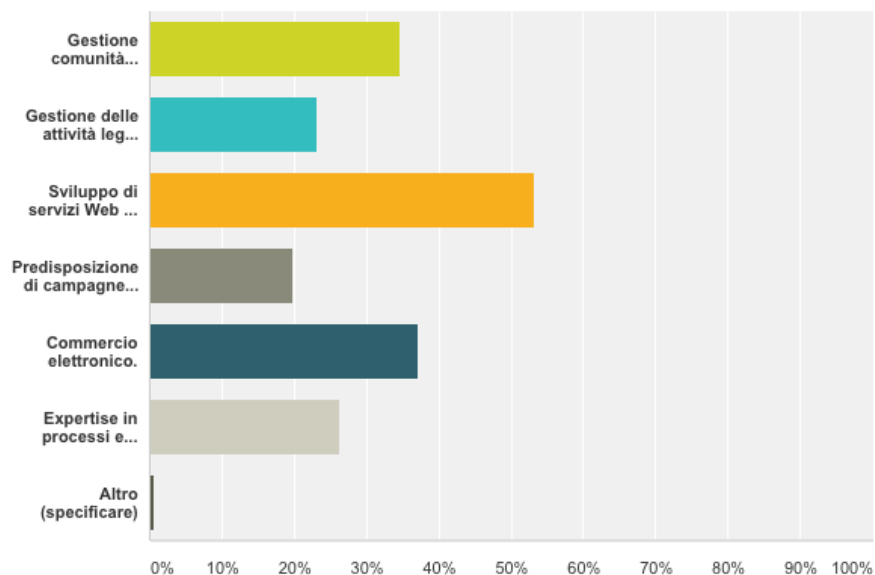
Tra le risposte libere, vengono indicate infine come essenziali nel futuro prossimo, competenze connesse con “l’intelligenza emotiva”, ovvero l’insieme delle abilità emotive che consentono di governare, incanalare, utilizzare le emozioni in maniera tale da assicurare successo sul lavoro e nella vita personale, e la “conoscenza degli scenari geopolitici e religiosi” delle aree con le quali si hanno rapporti di business.



Opzioni di risposta	Risposte
Web e tecnologia	66,03%
Ambiente e sostenibilità	37,82%
Risorse umane e formazione	23,08%
Lingue	36,54%
Marketing e comunicazione	33,97%
Responsabilità sociale ed etica dell'impresa	24,36%
Altro (specificare)	2,56%

Alla domanda “Tra le competenze legate al web, quale ritiene che saranno più necessarie” il campione raggiunto segnala come centrali quelle relative allo sviluppo dei servizi on line, del marketing digitale (53%) e della gestione dei social (35%).

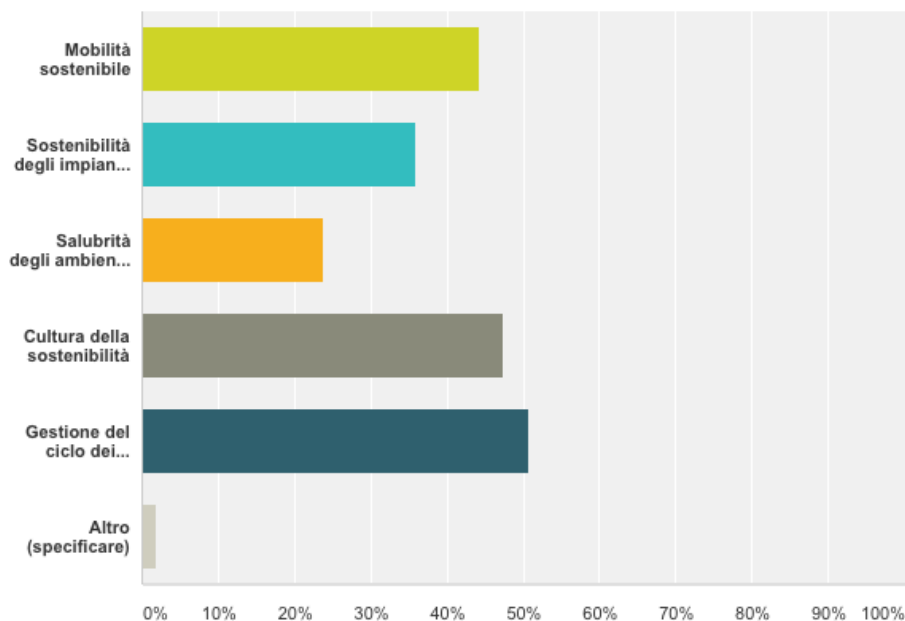
Anche il commercio elettronico viene pensato, inoltre, come un ambito in via di sviluppo per il quale serviranno competenze specifiche (37%).



Opzioni di risposta	Risposte
▼ Gestione comunità virtuali e social presenti sul Web	34,62%
▼ Gestione delle attività legate ad un progetto in ambito Web	23,08%
▼ Sviluppo di servizi Web e di marketing digitale	53,21%
▼ Predisposizione di campagne pubblicitarie nel Web	19,87%
▼ Commercio elettronico.	37,18%
▼ Expertise in processi e metodologie didattiche in Rete	26,28%
▼ Altro (specificare)	Risposte 0,64%

Tra le “competenze legate all'ambiente”, il 51% ritiene che saranno maggiormente richieste quelle legate alla gestione del ciclo dei rifiuti, ambito sempre molto complesso e problematico, e la mobilità sostenibile (44%).

Il 47% ritiene che vada sviluppata più in generale una cultura della sostenibilità, per promuovere il rispetto per l'ambiente sia che si tratti di realizzare un progetto e/o dei prodotti, sia che si stiano programmando politiche locali o nazionali.



Opzioni di risposta	Risposte
▼ Mobilità sostenibile	44,23%
▼ Sostenibilità degli impianti produttivi	35,90%
▼ Salubrità degli ambienti di lavoro	23,72%
▼ Cultura della sostenibilità	47,44%
▼ Gestione del ciclo dei rifiuti	50,64%
▼ Altro (specificare) Risposte	1,92%

Innovare in azienda significa fundamentalmente creare un cambiamento tale da migliorare le condizioni di lavoro, la motivazione dei lavoratori, la produttività dell'impresa e la sua resilienza. Benefici riscontrabili in tutte le tipologie di impresa e di ogni dimensione e sui loro processi di crescita, nonché su quelli dell'economia in generale.

Va da sé che per non farsi travolgere dal cambiamento, ma anticiparlo, sia interesse di tutte le economie avanzate adeguare ad esso le competenze dei lavoratori.

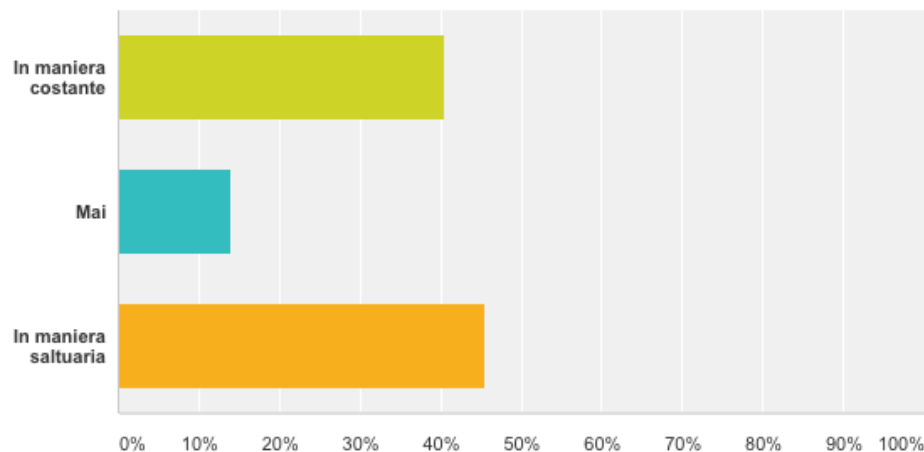
Nonostante questa premessa, i dati quantitativi relativi alle pratiche di innovazione nell'organizzazione del lavoro rilevati per l'Italia dalla recente indagine Isfol su "Intangible Assets Survey" mostrano, tuttavia, come le attività innovative di organizzazione aziendale coinvolgano poco più di un quinto del totale delle imprese, collocando l'Italia tra i Paesi moderatamente innovatori, con una performance in tale ambito addirittura in declino, con i valori più bassi di investimento in attività intangibili soprattutto al Sud.

Più benevolo invece il nostro campione, al quale abbiamo chiesto "*Nella Sua azienda vengono introdotti processi innovativi per quanto riguarda la produzione e/o i servizi?*"

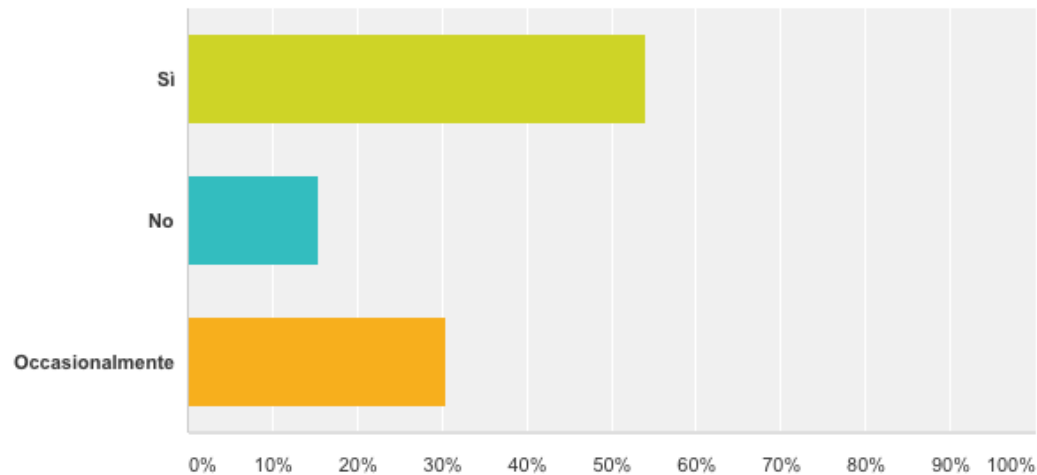
Il 40% del panel raggiunto ritiene che elementi di innovazione per quanto riguarda la produzione e/o i servizi vengano introdotti costantemente all'interno delle proprie aziende, facendo ben sperare nella futura crescita di queste imprese.

Una ulteriore parte, pari al 44%, dichiara che ciò avviene ma in maniera più saltuaria.

Il restante 16% dichiara che le aziende di appartenenza non innovano mai.

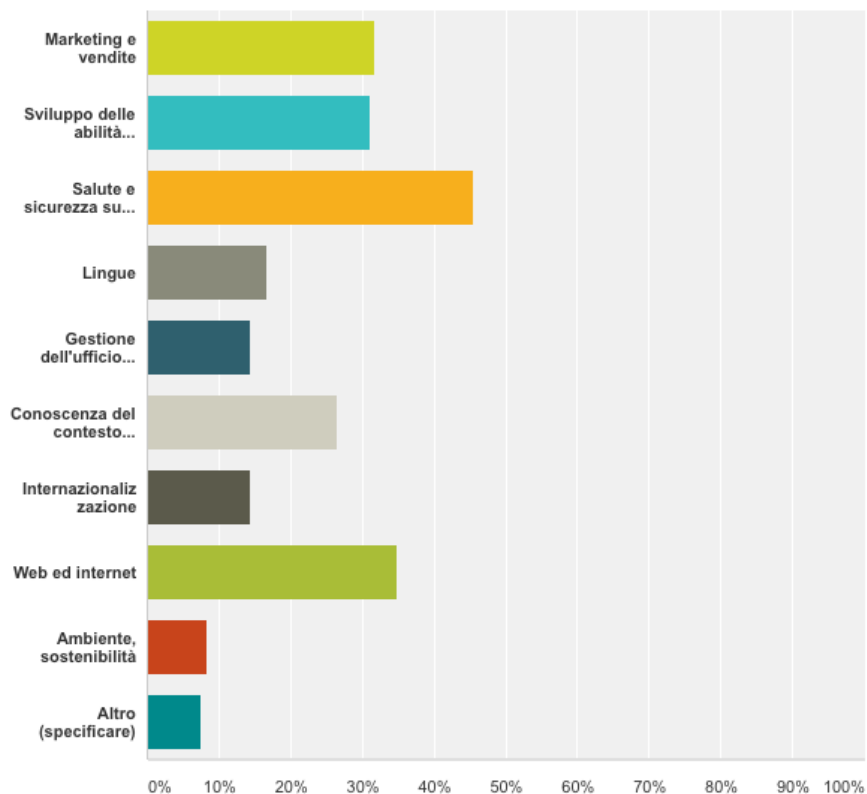


Il panel raggiunto è meno positivo anche per quanto riguarda le attività di formazione continua realizzate in azienda. A fronte di un 54% che le indica come attività realizzate in maniera permanente, al 30% vengono proposte solo occasionalmente e al restante 15% mai. Si tratta di percentuali, quest'ultime, ancora troppo alte, considerando l'importanza strategica della formazione e dell'investimento sul capitale umano per le imprese che intendono restare competitive.



Ancora Salute e sicurezza sul lavoro la tematica più gettonata (45%), realizzata troppo spesso più per rispetto degli obblighi di legge che per sviluppare una adeguata cultura della sicurezza, che tuteli e preservi efficacemente dai rischi sul luogo di lavoro.

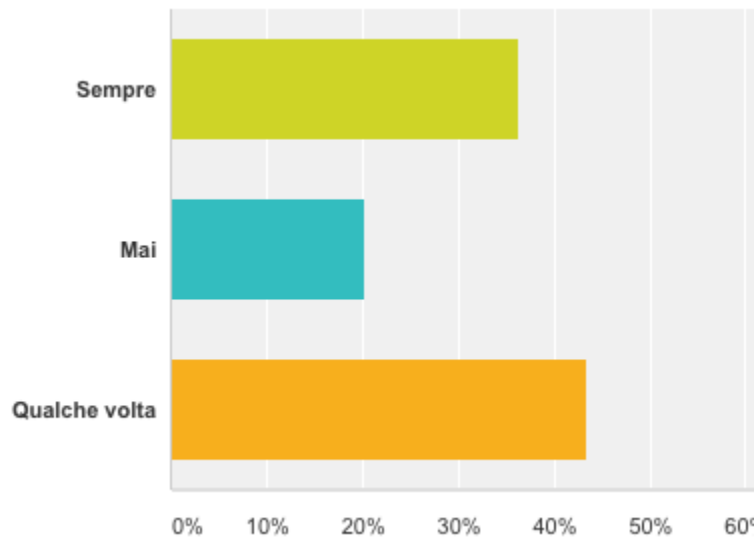
Sembra crescere, invece, almeno per quanto riguarda il nostro panel, l'attenzione per l'incremento della professionalità legata al web (35%), al marketing e alle vendite (32%).



Answer Choices	Responses
Marketing e vendite	31.82%
Sviluppo delle abilità personali	31.06%
Salute e sicurezza sul lavoro	45.45%
Lingue	16.67%
Gestione dell'ufficio e segreteria	14.39%
Conoscenza del contesto lavorativo	26.52%
Internazionalizzazione	14.39%
Web ed internet	34.85%
Ambiente, sostenibilità	8.33%
Altro (specificare)	Responses 7.58%

Sempre secondo l'opinione espressa dal nostro panel, sembra aumentare l'interesse per l'incremento delle competenze cosiddette trasversali, intese come abilità personali, relazionali, cognitive, organizzative normalmente impiegate nel quotidiano svolgimento della propria professione.

Solo un quinto del campione dichiara che per la loro esperienza professionale, l'incremento di tali abilità non è mai previsto nei programmi di formazione continua in azienda.

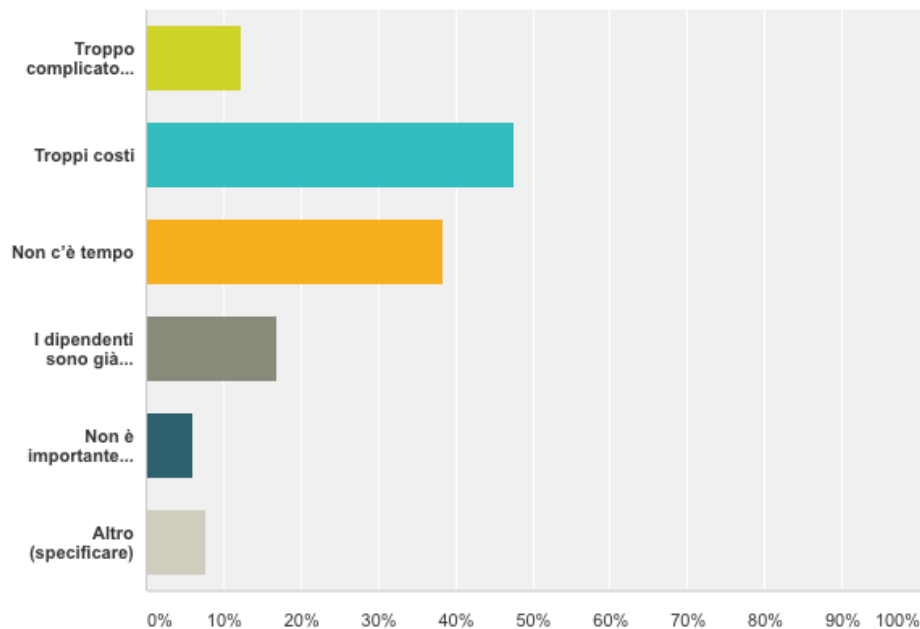


Answer Choices	Responses
▼ Sempre	36.23%
▼ Mai	20.29%
▼ Qualche volta	43.48%

Perché, dunque, molte imprese italiane si astengono dal fare formazione?

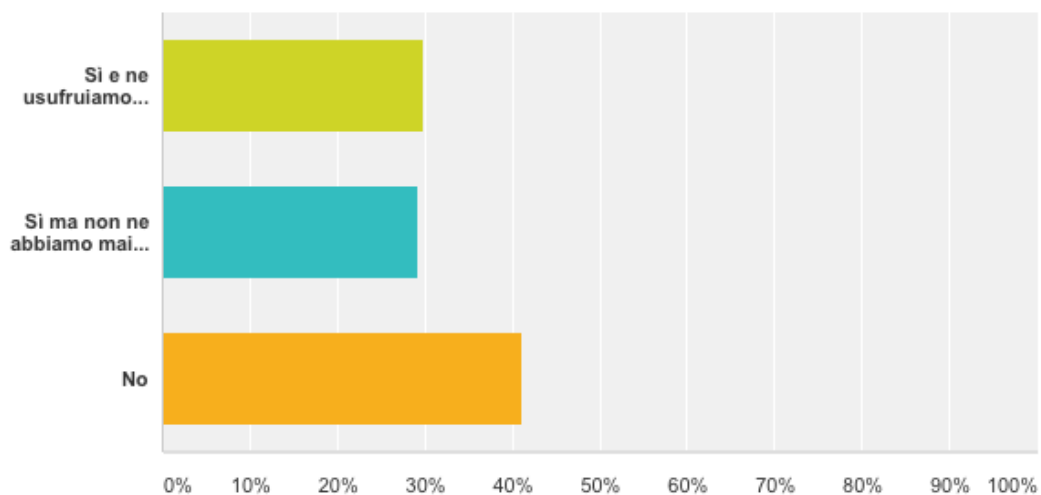
Per la maggior parte delle “apatiche” in tal senso, la formazione è solo un costo (48%) o non c’è tempo per la realizzarla (38%).

Alcune aziende ritengono, infine, che i propri dipendenti siano già qualificati per svolgere il lavoro per il quale sono stati assunti, ignorando i continui cambiamenti spesso imposti dall’esterno affinché un’azienda possa rimanere sul mercato.



Opzioni di risposta	Risposte
▼ Troppo complicato realizzare	12,31%
▼ Troppi costi	47,69%
▼ Non c'è tempo	38,46%
▼ I dipendenti sono già qualificati per il lavoro che devono svolgere	16,92%
▼ Non è importante formare le risorse umane	6,15%
▼ Altro (specificare)	Risposte 7,69%

A tutte quelle aziende che ritengono che la formazione sia solo un costo e per il 41% di esse che non è a conoscenza della possibilità di usufruire gratuitamente di finanziamenti per realizzare la formazione dei propri dipendenti, sarà dunque fondamentale far conoscere la mission dei Fondi Interprofessionali e le loro modalità di funzionamento.



Opzioni di risposta	Risposte
Si e ne usufruiamo costantemente	29,80%
Si ma non ne abbiamo mai usufruito	29,14%
No	41,06%

Per concludere, spazio alle opinioni di coloro che hanno promosso il sondaggio FondItalia 2016.

“La formazione continua rappresenta il primo strumento per consentire ai lavoratori di aggiornare le loro competenze e trasformare i loro profili professionali per affrontare al meglio i cambiamenti messi in atto dalle realtà produttive. Interessarsi alle organizzazioni, a chi vi lavora e al loro modo di lavorare, significa ripensare in maniera costante l'economia di un Paese”.

Francesco Franco, Presidente di FondItalia

“Interrogarsi sulle competenze che si riveleranno essenziali nel prossimo futuro, in particolar modo quelle connesse con web e ambiente, significa indirizzare le politiche di un Fondo a rappresentare un effettivo strumento di supporto per incrementare la competitività delle imprese e l'occupabilità dei lavoratori” .

Egidio Sanguè, Vice presidente e Direttore di Fonditalia.

“La formazione è il fattore di proiezione politica e culturale di una nazione il cui investimento determina un tassello importante nella costruzione di un'economia della conoscenza. In una strategia di Lifelong Learning, la formazione continua eleva la qualità dei saperi e delle competenze dei lavoratori e delle organizzazioni, garantendone di riflesso l'elevazione del benessere e la riduzione della povertà”.

Carlo Barberis, Presidente di ExpoTraining



Via Cesare Beccaria, 16 00196 Roma

Telefono +39 06 95216933 – Fax +39 06 99705521

E-mail: info@fonditalia.org

Sito web: <http://www.fonditalia.org>



@fonditalia



@fonditalia

Ideazione ed ufficio stampa a cura di

ALESSANDROMAOLA
COMUNICAZIONE • UFFICI STAMPA • WEB MARKETING