



ANALISI FABBISOGNI FORMATIVI

SETTORE IMPIANTI ELETTRICI

PROVINCIE DI LUCCA E MASSA-CARRARA

Introduzione

L'indagine, realizzata da TESEO, si è avvalsa del coordinamento di Piero Davini e Sonia Ceramicola, in qualità di Direttori di Teseo. Le interviste sono state realizzate dal Dott. Claudio Paoli e dal Dott. Marco Ceccomori.

Obiettivi dell'indagine

Teseo presenta i risultati di un'indagine finalizzata a verificare i fabbisogni formativi del settore degli impianti elettrici, molto diffuso e radicato sul territorio, attraverso l'acquisizione di dati rilevati attraverso il questionario elaborato da Teseo. Nel questionario sono riportate alcune aree di indagine ritenute da noi significative, tra le quali:

- Dimensioni dell'azienda
- Contesto in cui opera l'azienda
- Obiettivi e le azioni intraprese per raggiungerli
- Esigenze formative

Periodo

Ottobre 2014

Metodologia utilizzata

L'indagine è stata svolta attraverso contatti telefonici e appuntamenti in azienda, intervistando i titolari o in qualche caso persone delegate come responsabili amministrativi o delle risorse umane.

Il questionario utilizzato, predisposto da Teseo in collaborazione con il Dott. Amleto Caputo, è strutturato sui seguenti punti:

- Informazioni sull'azienda
- Dati generali dell'azienda
- Ambiente esterno
- Aspetti di valutazione risorse umane e formazione del personale
- Fabbisogni formativi

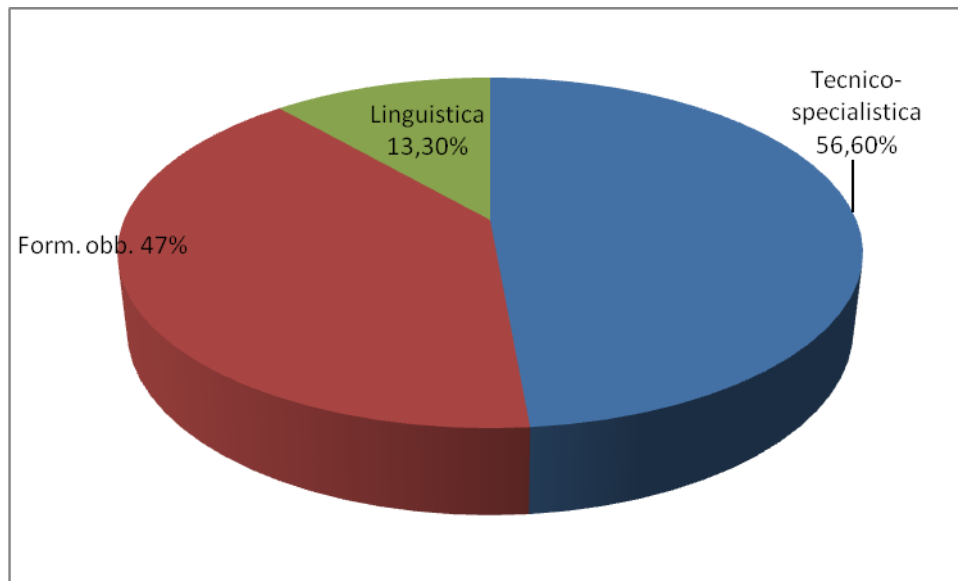


Riteniamo che tale indagine si riveli utile a Teseo per impostare un'efficace offerta formativa che aiuti le aziende intervistate, e non solo, a migliorare la propria produttività e competitività all'interno del proprio mercato di riferimento, attraverso l'acquisizione di nuove competenze tecnico-professionali e trasversali.

Soggetti coinvolti e caratteristiche

Hanno partecipato all'indagine 30 aziende del settore impianti elettrici, ubicate nel territorio delle province di Lucca e Massa-Carrara.

N. Ragione sociale	N. addetti
1 2B Elettroimpianti snc	11
2 Bertei Mariano	1
3 Bagnone snc	12
4 ACEM	1
5 Cantalupi Electric System	39
6 A.C.D.C impianti elettrici	3
7 Control Solution srl	4
8 D.G.M. srl	4
9 Elettro F.C.	2
10 Epokè srl	2
11 G. Paoli Elettroimpianti srl	8
12 Geselectronics	1
13 I.E.C.D. di Corsi Davide	2
14 Lari Aureli srl	10
15 Martinelli Impianti srl	14
16 P.G. Impianti elettrici	2
17 L'elettrico di Tenerani Umberto	2
18 Tomei Athos srl	7
19 Elettronica Giovannoni	4
20 Fo.El. srl	20
21 Geos srl	15
22 Massa Impianti srl	13
23 Elettroimpianti GF srl	28
24 Grassi&Cortopassi srl	15
25 Integrated System srl	5
26 Navel srl	10
27 Ussi Giancarlo snc	8
28 Saci Automazioni srl	8
29 Tecnoklima	3
30 Nuova Vem	5



Facendo un confronto tra le aziende intervistate, vediamo che il 66,6% ha un organico sotto i 10 addetti, il 20% supera i 10 lavoratori, mentre il 16,6% è sopra i 15.

Per quanto riguarda il contesto territoriale in cui sono ubicate le aziende intervistate, è necessario ricordare che si tratta di due province in particolare: provincia di Massa-Carrara e provincia di Lucca. In particolare, per quanto concerne la provincia di Massa-Carrara, il numero delle aziende intervistate è 10 (33,3%), mentre le aziende intervistate nella provincia di Lucca sono 20 (66,6%).

Fattori critici

Durante le interviste sono emersi fattori di criticità comuni e altri di carattere specifico. Per quanto riguarda le criticità comuni, è importante sottolineare che poche delle imprese intervistate adottano un sistema di valutazione del proprio personale, mentre le altre si basano sul rapporto diretto con i propri dipendenti o collaboratori. È necessario ricordare che molte aziende sono di piccole dimensioni e che il rapporto tra titolare e dipendente si basa soprattutto sulla conoscenza diretta, sull'amicizia e stima reciproca.

Al fine di riflettere sugli ostacoli che impediscono la crescita, sia dal punto di vista della produzione che dal punto di vista della competitività sul mercato, è stata posta la seguente domanda: "Esistono vincoli che impediscono il raggiungimento di determinati obiettivi? Se sì, quali? Verso quali obiettivi?". Il 56,6% ha risposto che il principale ostacolo per il raggiungimento dei propri obiettivi è costituito dalla crisi economica, il 23,3% imputa la colpa alla poca organizzazione interna, alla mancanza di professionalità dei propri lavoratori, scarsa capacità di gestire il tempo a disposizione ecc. Il 16,6% delle imprese non è in grado di definire quali sono i vincoli che impediscono il raggiungimento dei propri obiettivi e soltanto il 3,3% (una sola azienda intervistata) afferma che la fonte dei propri problemi è la poca formazione e aggiornamento del personale.



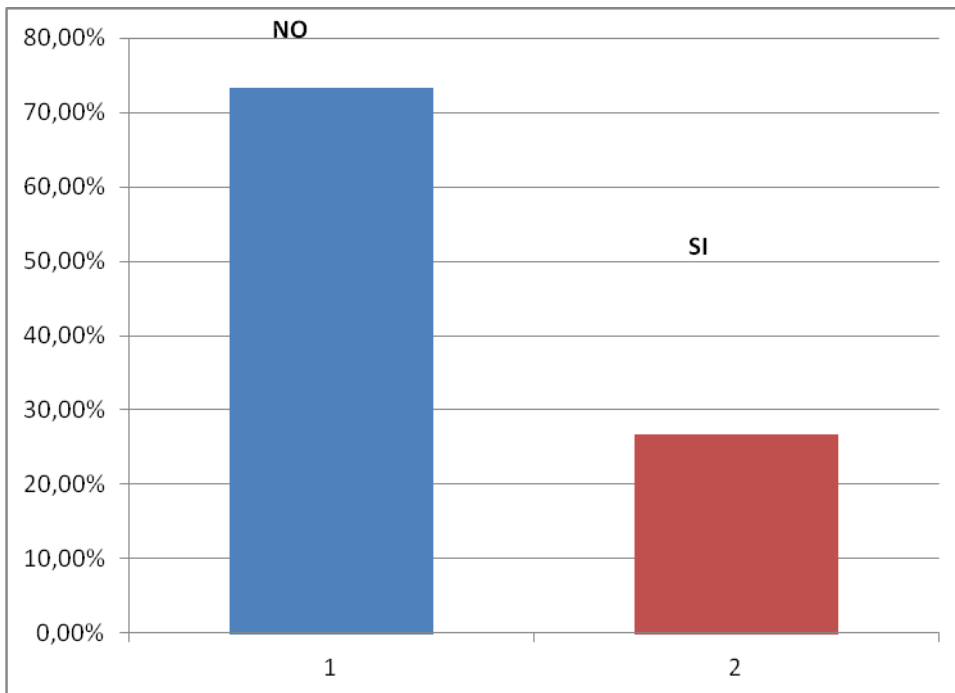
Da sottolineare, invece, che tutte le aziende sono in grado di definire i fattori critici determinanti per il successo nel proprio settore. Alla domanda “Quali sono i fattori critici di successo del vostro settore come motivazioni di acquisto da parte del cliente/utente? Gli intervistati dovevano dare un ordine di importanza ai seguenti elementi: prezzo, qualità, immagine, servizio. I risultati vedono prevalere la serietà, scelta dal 93,3%, seguita dall’affidabilità con il 70% delle risposte. L’efficienza, viene subito dopo con il 66,6%. Da sottolineare che nessuno degli intervistati ritiene fattore di successo l’orientamento al cliente esterno.

Altrettanto importante da rilevare sono le risposte date ai quesiti “Quali sono le aree di responsabilità/attività nelle quali il rendimento del vostro gruppo deve essere migliorato?” e “Quali sono i problemi che potrebbero essere risolti con il ricorso ad attività formative?”. Nel caso della prima domanda, la maggior parte delle aziende si sono sentite coinvolte ed hanno espresso tutte le proprie perplessità, individuando con lucidità i propri problemi ed elementi di criticità. Analizzando le risposte vediamo che il 30% non sa o non è in grado di individuare aree di miglioramento, il 26,6% ha individuato come aree di miglioramento quelle prettamente tecnico-professionali e legate al proprio settore. Il 30,1%, invece ritiene di dover migliorare dal punto di vista dell’organizzazione interna, quindi tutta una serie di competenze trasversali, come la comunicazione tra colleghi, la capacità di gestire le commesse e il tempo a disposizione, la gestione amministrativa, utili ad una maggiore efficienza e competitività sul mercato. Competitività, che secondo il 13,3%, può essere da acquisita attraverso azioni di marketing ed esaltazione del proprio know-how.

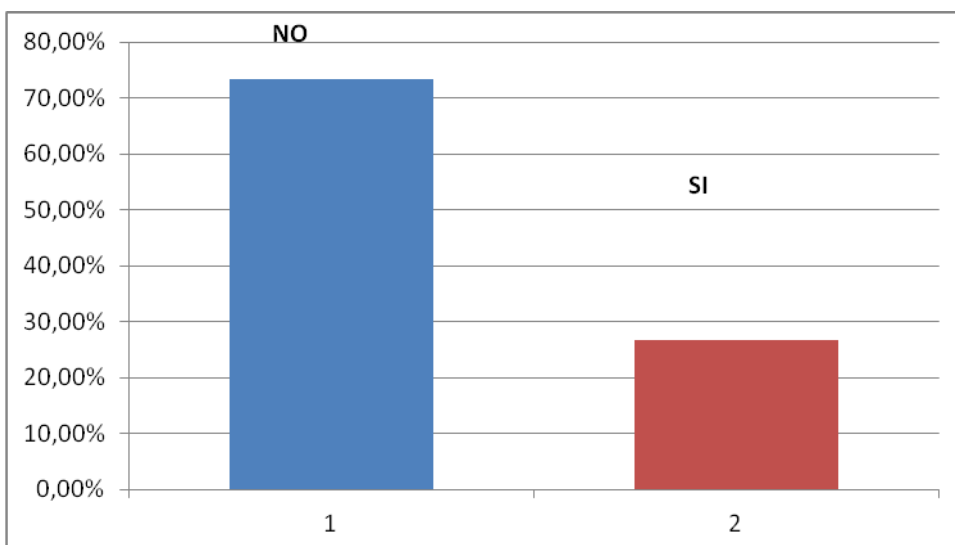
Per quanto riguarda il secondo quesito, vediamo che il 70,4% delle aziende crede nella formazione come strumento di miglioramento, contro il restante 26,6% che invece non crede che la formazione sia un strumento di miglioramento, eccezion fatta per lo svolgimento di corsi dovuti per legge. Infatti, alcune aziende quando parlano di formazione, si riferiscono principalmente a quella obbligatoria prevista dalla L. 81/09 (Sicurezza e igiene nei luoghi di lavoro). Quest’ultima riflessione è confermata da un ulteriore dato importante, quello che rileva la formazione svolta in passato dalle aziende intervistate. Il 50% delle aziende intervistate, afferma di aver svolto solamente corsi di formazione obbligatoria, mentre il restante 50% ha preso parte a percorsi formativi riguardanti anche l’aggiornamento tecnico e professionale.

Formazione finanziata e fondi interprofessionali

L'intervista ha avuto come finalità anche quella di verificare la conoscenza e l'utilizzo, da parte delle imprese, dei finanziamenti pubblici per la partecipazione a percorsi formativi. Il 73,3% degli intervistati non conosce e non ha mai usufruito di finanziamenti pubblici per fare formazione, contro il restante 26,7% che li conosce e li utilizza saltuariamente.



Stessa situazione per quanto riguarda i fondi interprofessionali, il 73,3% non conosce e non è iscritto a nessun fondo, mentre il 26,7% è iscritto e ne usufruisce per fare formazione al proprio personale.



Fabbisogni formativi: gli argomenti di maggior interesse

L'ultima parte dell'indagine ha rilevato il grado di interesse delle imprese verso la formazione professionale, chiedendo quali argomenti fossero di maggiore interesse.

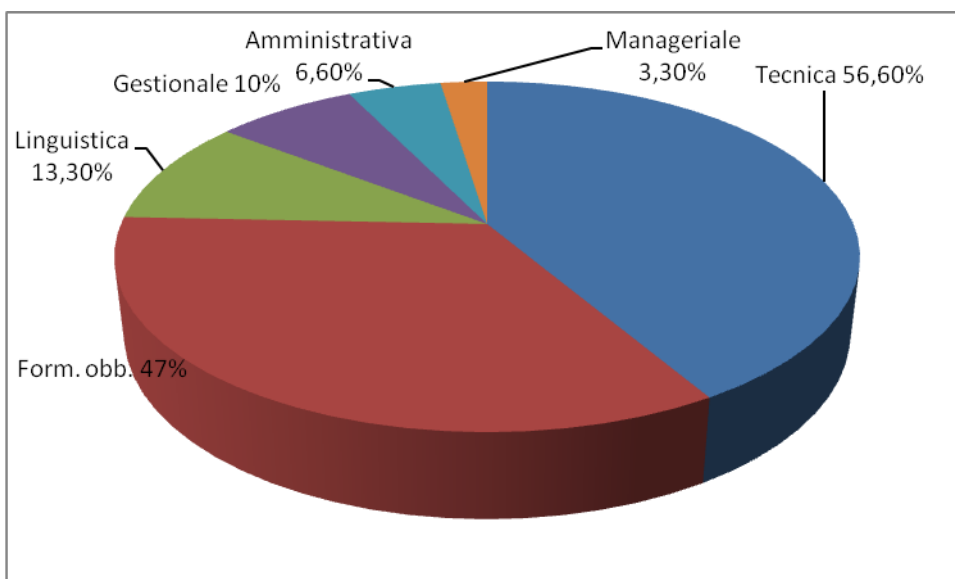
E' stata focalizzata l'attenzione su sette aree in particolare, domandando agli intervistati di manifestare il proprio grado di interesse per ciascuno di essi, selezionando una delle seguenti opzioni:

- Area tecnica/specialistica
- Area gestionale
- Area manageriale
- Area amministrativa
- Area informatica
- Area linguistica
- Altro

Si precisa che è stata richiesta una risposta anche a coloro che al momento non credono nell'utilità della formazione come strumento di miglioramento.

Tutte le imprese coinvolte, tranne una, hanno risposto al quesito, manifestando il proprio interesse a partecipare a percorsi formativi che possano portare un miglioramento ed una crescita aziendale.

Analizzando nel dettaglio le risposte fornite dagli intervistati vediamo che il 56,6% ha manifestato interesse per corsi inerenti all'area tecnico-specialistica, il 46,6% per la formazione obbligatoria, confermando quanto emerso al paragrafo precedente, il 13,3% per l'area linguistica, il 10% per l'area gestionale, il 6,6% per l'area amministrativa, mentre una sola azienda ritiene utile sottoporre i propri lavoratori ad interventi formativi nell'area manageriale.





Analizzando ancor di più nel dettaglio l'universo abbastanza frastagliato delle risposte fornite dagli intervistati e i dati raccolti sopra, si mette in evidenza un elemento molto interessante, che fornisce una chiara fotografia degli obiettivi che queste aziende hanno. Oltre al grande interesse dimostrato nei confronti della formazione obbligatoria, a dimostrazione che per l'aziende mettersi in regola con le disposizioni dettate dalla normativa è diventato un'esigenza vera e propria, molte aziende hanno manifestato attenzione nei confronti di altre tematiche specifiche, in particolare la domotica (23,3%), per quanto riguarda l'aggiornamento tecnico-specialistico, la comunicazione/marketing (6,6%), e la conoscenza della lingua inglese (10%), nell'ambito dell'area linguistica.

La manifestazione di interesse per la domotica, evidenzia sia l'attenzione che queste hanno nei confronti del mercato di riferimento che l'esigenza di aggiornarsi dal punto di vista tecnico, di migliorare la propria capacità di rispondere alle richieste del mercato. Così come le tematiche legate al marketing e alla comunicazione, anche se indicate da parte di un numero decisamente minore di aziende, dimostrano quanto cominci ad essere percepito il messaggio che la competitività e la conquista del mercato passa anche dalla capacità di promuovere il proprio prodotto, oltre che dalle competenze prettamente tecniche. Quest'ultimo dato costituisce una vera e propria ammissione da parte degli intervistati, sulla scarsità delle azioni intraprese fino ad ora per promuovere e pubblicizzare il proprio marchio.

Risposta di Teseo alle esigenze formative rilevate

Teseo è una società di formazione accreditata dalla Regione Toscana, in possesso di un'offerta formativa variegata e continuamente implementata da percorsi innovativi e calibrati sulle esigenze del proprio contesto territoriale, sia a livello provinciale che regionale. Ovviamente, come già specificato in precedenza, l'obiettivo di questa indagine è quello di fotografare la situazione attuale delle imprese intervistate per poi proporre loro azioni formative che vadano a colmare le lacune dichiarate dalle aziende stesse.

Alla luce dei dati emersi e sopra riportati, nei prossimi mesi Teseo progetterà percorsi formativi riguardanti l'esigenze manifestate dalle imprese intervistate proponendoli attraverso newsletter, mail, fax e colloqui telefonici.

Nello specifico le azioni formative proposte riguarderanno:

- Web marketing
- Comunicazione e marketing
- Gestione delle buste paga
- Corsi di lingua
- Formazione obbligatoria
- Formazione tecnica e specialistica di ogni settore



Il rapporto con le aziende sarà continuo, al fine di aggiornarle sulle opportunità formative. Un aggiornamento che riguarderà anche gli strumenti messi a disposizione da regione, province e associazioni di categoria per il finanziamento dei piani formativi, in questo modo di aiutare le imprese a risparmiare e al tempo stesso a crescere in competenza e competitività. L'agenzia formativa Teseo, attraverso una vera e propria azione di consulenza, incontrerà i vari imprenditori interessati ad approfondire e sviluppare la conoscenza e l'utilizzo dei fondi interprofessionali, nonché dei finanziamenti pubblici. I canali di finanziamento che verranno utilizzati e proposti alle aziende riguarderanno:

- Avvisi provinciali e regionali rivolti alle aziende
- Voucher individuali
- Voucher aziendali
- Fondi interprofessionali

Verificata e accertata la volontà, da parte degli imprenditori, di usufruire delle opportunità fornite dalle fonti di finanziamento, Teseo metterà a disposizione i propri esperti nel definire e progettare interventi formativi calibrati sulle esigenze di ogni azienda.

Qualità dell'accoglienza ricevuta e interesse manifestato nei confronti dell'indagine

È necessario fare una riflessione anche sul livello di accoglienza ricevuto dalle aziende intervistate e sull'interesse manifestato nei confronti di questa indagine. Dal punto di vista dell'accoglienza possiamo affermare che è stata positiva e che la maggior parte delle aziende si è dimostrata disponibile nei confronti dell'intervistatore. Trattandosi di aziende molto piccole e quindi con una struttura interna non molto articolata, l'intervista è stata effettuata direttamente con il titolare che molto spesso ha dovuto interrompere la propria attività per rispondere alle domande. Se da un lato la disponibilità è stata massima, non possiamo dire lo stesso dell'interesse dimostrato, in quanto è emerso un basso interesse ad investire nella formazione e una sottovalutazione delle potenzialità che questa possiede. Alcune aziende, la minoranza, non considera la formazione come uno strumento utile a migliorare il lavoro e la produttività della propria impresa. La maggioranza, però, ritiene la formazione uno strumento utile al miglioramento. Vorrebbero partecipare a percorsi formativi, ma non sono del tutto disponibili ad investire tempo e denaro. I problemi quotidiani, la mancanza di soldi da investire, la scarsa conoscenza dei canali di finanziamento costituiscono un vero e proprio ostacolo.

Camaiore, 24 ottobre 2014