



Indagine sui fabbisogni formativi degli utenti nella Provincia di Grosseto

Grosseto, 15/01/2021

La presente indagine prende le mosse dall'emergenza pandemica e i risvolti che questa ha avuto nell'ambito della formazione. In particolare sull'avvento della formazione a distanza al posto della formazione in presenza.

L'indagine di UNIONCAMERE svolta a livello nazionale ha evidenziato come Più della metà delle imprese intervistate ritiene che le nuove condizioni operative determinate dall'emergenza Covid-19 abbiano aumentato significativamente il fabbisogno di formazione del personale. Questa esigenza riguarda in primo luogo chi opera in "ufficio" (per il 69% è la priorità), ma anche per i reparti produttivi (per il 65% degli intervistati è la priorità). Per il 35% delle imprese i distanziamenti non hanno avuto un impatto significativo sulla vita aziendale, contro il 53% che segnala invece nuove esigenze formative, più nettamente evidenziate dalle aziende manifatturiere. Per quanto riguarda i nuovi ingressi, appare chiaro che qualora previsti va messo in conto un adeguato periodo di training. I settori per i quali risulta prioritaria una formazione aggiornata e al passo con i tempi sono quelli del marketing e delle vendite (in forte crescita, +34% sul 2020), a seguire la progettazione e lo sviluppo prodotto (+26%), l'informatica (+25%), i processi produttivi (+24%). Si confermano pertanto le priorità dello scorso anno.

La tempesta Covid ha in generale aumentato il fabbisogno di competenze professionali per rispondere alle nuove sfide. Digital transformation, innovazione e soft skills sono al top in termini assoluti tra i temi prioritari su cui incentrare la formazione aziendale nel 2021.

Il 2020 è stato anche l'anno in cui i sistemi formativi hanno sperimentato le nuove modalità di erogazione dei percorsi. Dalla videoformazione sincrona (compresenza a distanza dei

partecipanti), alle varie forme di e-learning asincrono (pillole o tutorial online), all'implementazione di sistemi completi per la gestione del ciclo formativo (LMS – learning management system). La situazione di emergenza ha permesso di superare gli ostacoli tecnologici, culturali e metodologici, per non sacrificare le azioni di sviluppo delle competenze. L'88% del campione ha attivato soluzioni di videoformazione, ricorrendo a una pluralità di piattaforme. MS Teams (30% di preferenze) e Zoom (24%) sono tra le principali scelte aziendali, a seguire tutte le altre. Tende a prevalere l'utilizzo di più piattaforme (client) in funzione degli obiettivi e delle condizioni operative di volta in volta riscontrate. Quasi tre quarti (72%) delle aziende intervistate ha affiancato sistemi di e-learning asincrono alla video formazione, in particolare per gli argomenti tecnici o più facilmente standardizzabili. Ancora solo una ristretta minoranza (11%, in particolare grandi imprese) ha esplorato soluzioni LMS con portali propri o di terzi.

L'approccio alla video formazione "in diretta" appare più semplice rispetto all'e-learning asincrono (42% vs 35%), e in generale l'utilizzo dei nuovi canali non sembra rappresentare un ostacolo (solo il 16% li vede come un limite) alla formazione. La facilitazione nell'interscambio tra partecipanti e docente è segnalato come la criticità maggiore. Per il 54% è un problema, mentre il 20% lo ritiene soddisfacente, anche grazie all'efficacia dei docenti stessi. Guardando avanti e cercando di delineare una traiettoria di sviluppo, l'esperienza della formazione a distanza ne ha mostrato la praticabilità generale. Tuttavia una minoranza relativa ritiene che continuerà a sostituire le attività in presenza (41%), mentre tende a prevalere l'idea di un ritorno alle forme tradizionali, non appena possibile (53%). La scelta tra l'online e le attività in presenza dipende molto dal tipo di formazione da realizzare (80%). Appare chiaro che dovranno essere messi a punto nuovi equilibri tra le diverse modalità formative (69%).

La riconversione professionale (reskilling) e lo sviluppo di nuove competenze (upskilling) per il personale è una delle chiavi per ripartire secondo le imprese. Per il 67% del campione i due temi hanno priorità positiva, alta o massima. I nuovi focus per il 2021 sono la digital transformation (il 54% valuta il tema importante o molto importante, nel 2020 era al 37%) e la sostenibilità ambientale e sociale del business (42% del campione, nel 2020 la CSR – tema per certi versi affine – era al 26%). Lo sviluppo dei modelli manageriali per sostenere lo smart working è il tema relativamente meno sentito (28%).

L'indagine di Unioncamere è stata replicata su un piccolo campione di aziende intervistate tra i soci ASCOM CONFCOMMERCIO nel territorio Grossetano.

L'indagine su scala locale ha fatto emergere come le nuove competenze richieste fossero prioritariamente in ambito digitale con una forte esigenza di reskilling anche per i lavoratori già operanti.