

L'analisi della prima indagine Isfol sui maker, ovvero ingegneri, inventori e artigiani 2.0

La strada per l'innovazione

Spada: a fianco delle aziende per finanziare piani formativi

È stata presentata lo scorso ottobre, durante la terza edizione di Maker Fair Roma, la prima indagine Isfol sui maker, termine con cui si designano ingegneri, inventori, artigiani 2.0 e tutti coloro che sfruttano tecnologia e innovazione nel proprio lavoro. Aldilà della specificità dell'argomento, l'indagine rileva due elementi interessanti: i maker trovano resistenza da parte delle imprese; i maker necessitano di una formazione diversa da quella tradizionale. Di sicuro, l'analisi condotta da l'abbrivio a un dibattito sull'importanza di far emergere i fabbisogni sociali di istruzione, di formazione e di lavoro. Di questo, con particolare attenzione all'elemento formazione, ci parla Rossella Spada, direttore del Fondo Formazienda.

Domanda. Il focus del dibattito riguarda domanda e offerta della formazione. Ma in quale modo i fondi interprofessionali possono rappresentare uno strumento utile alle imprese che mirano a innovarsi?

Risposta. La dinamica fra domanda e offerta di formazione porta alla luce un aspetto



Rossella Spada, direttore del Fondo Formazienda

delicato: la domanda, soprattutto nelle micro e piccole imprese del nostro paese, che rappresentano oltre il 90% del totale, è spesso latente e fatica a emergere. Anche per questa ragione, da noi, molto spesso è l'offerta a dirigere la domanda e non il contrario. Così, l'offerta, per quanto di buon livello, corre il rischio di rimanere scollata dai reali fabbisogni di territori, organizzazioni, micro e piccole imprese e rispetto capitale umano. In questo con-

testo, i fondi interprofessionali possono risultare di particolare interesse e avere una funzione fondamentale.

D. In che senso? Quali sono le vostre scelte concrete che favoriscono l'incontro tra domanda e offerta di formazione?

R. I fondi interprofessionali che, come ormai tutti sanno, hanno lo scopo di promuovere e finanziare piani formativi, sono uno dei principali strumenti a disposizione delle imprese per programmare percorsi formativi volti ad aggiornare, riqualificare e riconvertire le competenze professionali dei lavoratori che operano in azienda. Partendo da questa premessa, Formazienda ha deciso di promuovere strumenti «particolarmente aperti» di accesso ai finanziamenti, attraverso i quali le aziende riescono a manifestare qualsiasi fabbisogno formativo. I piani formativi presentati al Fondo possono, infatti, riguardare qualsiasi tematica, dall'innovazione all'internazionalizzazione, dalle abilità personali alla sicurezza nei luoghi di lavoro. I piani, inoltre, possono essere finanziati individuando la modalità di erogazione della

formazione ritenuta più confacente sia alle necessità aziendali sia alla tipologia di fabbisogni formativi individuati, lezioni frontali, aula virtuale, on the job, coaching, lasciando così ampia scelta all'azienda nel definire i percorsi formativi più adatti a colmare eventuali gap. Se necessario, l'azienda può essere supportata anche da un ente di formazione. Le nostre parti sociali ritengono che la formazione rivesta un ruolo assolutamente strategico e che debba servire da impulso per creare un nuovo e migliore modo di lavorare e di produrre, anche per adeguarsi alle nuove richieste del mercato.

D. Perché l'azienda dovrebbe aderire al Fondo Formazienda?

R. Per diversi motivi che sintetizzo di seguito. Anzitutto, l'impresa che ambisca alla crescita sia della propria competitività aziendale sia del proprio personale può vedersi finanziati dei percorsi formativi pertinenti e su misura. Preciso, a questo proposito, che qualsiasi impresa, dalla micro alla grande, dal consorzio d'impresa alla holding, può candidare il proprio piano formativo. Ancora, il Fondo Formazienda

persegue costantemente il miglioramento organizzativo dell'azienda e realizza un preciso monitoraggio qualitativo degli interventi formativi finanziati, anche proponendo strumenti di accesso ai finanziamenti particolarmente snelli ed efficienti, come per esempio l'avviso a sportello.

D. Come può aderire al vostro fondo l'impresa non ancora iscritta?

R. Aderire a Formazienda è semplice e non comporta alcun costo per l'impresa. È sufficiente inserire il codice Form nella denuncia contributiva e retributiva mensile (modello Uniemens). L'adesione, ricordo, può essere espressa anche da parte delle aziende agricole (modello Dmag). Il fondo Formazienda accoglie il contributo versato dalle imprese per le figure dirigenziali. Per ulteriori informazioni circa le modalità di adesione si può visitare il nostro sito internet e prendere contatti con i nostri uffici.

Pagina a cura di
FONDO FORMAZIENDA
TEL. 0373 472168
info@formazienda.com
www.formazienda.com

CONFSAL

Al lavoro per la formazione

L'edizione 2015 di Maker Fair Roma è stata un'ottima occasione per ragionare in modo approfondito e puntuale su come possano oggi procedere insieme, e con reciproco vantaggio, innovazione aziendale e formazione dei lavoratori. Un tema che ha stimolato analisi e proposte da parte del segretario generale della Confsal, Marco Paolo Nigi.

Domanda. In un sistema che rincorre sempre più l'innovazione quale scenario si presenta all'impresa e al lavoratore?

Risposta. Da un'analisi che il nostro ente di formazione Confsalform ha svolto su circa 140 piani formativi (giunti con il progetto Startup 1) risulta che le imprese beneficiarie manifestano un forte interesse per una formazione on the job fuori dagli ambienti di apprendimento formali. Per chiarire, non gradiscono più ambienti tradizionali, tipo aule o formazione per gruppi, che debbono però mantenere perché vincolate dal sistema di certificazioni obbligatorie. Tendono, invece, a privilegiare gli ambienti non formali, e in particolare forme di apprendimento in training, dove alla classica formazione si alternano momenti di apprendimento tramite dimostrazione diretta e con l'affiancamento di coach in grado di rendere vivace la partecipazione con situazioni di simulazione. In sostanz-



Marco Paolo Nigi, segretario generale Confsal

za, dovremmo cominciare a innovare l'approccio all'apprendimento e a migliorare le performance degli esperti, e questo qualunque sia la tematica affrontata.

D. Cosa privilegiare per coniugare in modo virtuoso innovazione e formazione del lavoratore?

R. Come suggerisce il direttore Spada, le strategie del fondo devono andare di pari passo con i nuovi scenari globali e con i loro velocissimi cambiamenti. Per questo, va riservata un'attenzione particolare alle piccole imprese che spesso tendono all'isolamento e all'auto-referenzialità. Dovrebbero, invece, costituirsi in reti innovative e sfruttare così a pieno gli strumenti di Formazienda, per esempio il conto formazione in rete. Andrebbero poi ripensate

le relazioni tra i fondi interprofessionali e il sistema di istruzione e formazione, anche favorendo con tirocini curriculari ed extracurriculari l'accesso dei giovani studenti alle imprese. E qui ritengo che conterà moltissimo la disponibilità dei fondi a sostenere la formazione di tutor aziendali, figure chiave in grado di far crescere professionalmente nuove risorse umane (da inserire in azienda) tramite progetti lungimiranti e di lungo periodo (alternanza scuola-lavoro).

SISTEMA COMMERCIO E IMPRESA

Imprese, tecnologia al centro

La terza edizione di Maker Fair Roma e la presentazione della prima indagine Isfol sui maker sono stati l'occasione per fare il punto su tecnologia e innovazione nel mondo del lavoro e della formazione. Ne abbiamo parlato con Berlino Tazza, presidente di Sistema Commercio e Impresa.

Domanda. Presidente, quanto è importante innovare in termini di formazione?

Risposta. È stato proprio discutendo di formazione nel corso dell'incontro che siamo giunti a interrogarci su quanto sia fondamentale, oggi, soddisfare la fame d'innovazione dimostrata dalle imprese. Pertanto, le rispondo che nel nostro paese va favorito un tipo d'innovazione che non risulti semplice miglioramento dell'esistente ma che si riveli vero impulso a nuove metodologie di lavoro e produzione. A mio parere, oggi è sempre più strategico incentivare la realizzazione di prodotti con performance e possibilità di utilizzo impensabili rispetto alle soluzioni già esistenti e, di conseguenza, in grado di definire un mercato di riferimento completamente nuovo.

D. Cosa vuole il mercato oggi?
R. Questa terza edizione di Maker Fair è la prova che è in corso un «vivace» cambiamento del mercato, in particolar modo per le politi-

che attive. È sotto gli occhi di tutti l'incredibile fermento prodotto da e in persone che, grazie a inventiva, impegno e capacità, reagiscono alla crisi cercando di creare nuove opportunità occupazionali. Per vincere la competizione a livello globale è necessaria una dinamicità del mercato che sappia coniugare il mondo digitale, quindi l'utilizzo della rete e delle nuove tecnologie, con quello lavorativo tradizionale. Vede, il mercato oggi deve utilizzare e sfruttare a pieno questo incredibile potenziale, cercando il sostegno dalle istituzioni e dalle imprese.

D. Quale soluzione propone per concretizzare e valorizzare queste capacità?

R. È fondamentale che la tecnologia si innesti nelle aziende italiane, anche dal punto di vista culturale. La riuscita dell'innesto passa attraverso un riconoscimento e un concreto sostegno economico da parte delle istituzioni e una formazione d'avanguardia che risponda ai fabbisogni specifici delle aziende. Innovare e rafforzare il Made in Italy oggi significa agire sull'ossatura del nostro sistema produttivo che, soprattutto in questo momento di crisi, deve trovare nuove soluzioni per crescere sempre di più.



Berlino Tazza, presidente della confederazione Sistema Commercio e Impresa