



RAPPORTO TERRITORIALE SICILIA

A cura di

Valentina Campanella

AT Sicilia – Art. Terr. Fondimpresa.

RAPPORTO TERRITORIALE

RAPPORTO TERRITORIALE

L'attività di monitoraggio valutativo condotta per il 2023 dal gruppo di ricerca dell'AT Sicilia si è rivolta a quattro aziende, come specificato nella tabella seguente. La scelta è seguita all'esame del campione individuato da Fondimpresa relativamente alle aziende siciliane che hanno svolto attività formativa attraverso l'uso del proprio conto formazione o utilizzando il conto di sistema. Per la scelta delle aziende su cui svolgere l'analisi di monitoraggio e valutazione attraverso l'esame della documentazione relativa alle attività formative svolte e principalmente attraverso i colloqui/intervista diretti con i testimoni privilegiati di ciascuna di esse, il gruppo di ricerca ha focalizzato l'attenzione su quelle aziende che avessero orientato la formazione sui temi delle competenze, siano esse di base, trasversali o specifiche e che in qualche modo, a prescindere dal piano formativo, valorizzassero le risorse umane aziendali.

Così, sono state individuate due aziende che hanno partecipato alle attività formative di un piano finanziato con il Conto di Sistema e due aziende che hanno realizzato percorsi formativi finanziati attingendo al conto formazione aziendale. Delle quattro aziende scelte, due hanno sede nella provincia di Catania, una nella provincia di Messina e una ha sede a Palermo. Rispetto ai settori economici le aziende individuate appartengono rispettivamente a: automotive e trasporti, turistico-alberghiero, analisi biochimiche e terzo settore e seppur differenti nella loro attività produttiva, ciò che accomuna tutte è l'aver saputo perfettamente coniugare la valorizzazione della persona con gli obiettivi aziendali.

Oltre che per i settori produttivi di riferimento, le aziende si differenziano anche per la dimensione e per alcune caratteristiche che sono state descritte nei relativi report e che riassumiamo nella tabella seguente.

Tabella 1: schema sinottico sulle caratteristiche delle aziende oggetto d'indagine

AZIENDA	TERRITORIO	SETTORE	CONTO	AZIONE STRATEGICA	CLASSE DIMENSIONALE
Aeroviaggi s.p.a.	Palermo	Turistico/alberghiero	Formazione	Lingue e informatica	f >=500
Comersud s.p.a.	Catania	Commercio, Manutenzione E Riparazione Di Autoveicoli E Motocic	Formazione	Lingue e informatica	100-249
Tetralab s.r.l.	Messina	Laboratorio analisi	Sistema	Competitività	a <=9
Unione Italiana Ciechi sez. Catania	Catania	Terzo Settore	Sistema	Competitività	50-99

La nostra analisi ha preso a riferimento l'area strategica della competitività intesa come valorizzazione delle risorse umane che sono tra gli elementi fondamentali per il successo di una

azienda. Le interviste alle quattro aziende hanno permesso di raccogliere le esperienze, legate al disagio personale e organizzativo maturato durante il difficile periodo della pandemia, e alla difficoltà a diagnosticare il presente e ancor più il futuro. Provare a interpretare il presente equivale talvolta a cercare di fotografare l'orizzonte mentre si viaggia su un treno lanciato ad alta velocità. Per questo occorre dotarsi di strumenti nuovi e nel medesimo tempo moltiplicare i punti di vista e le antenne rivolte verso questo scenario turbinoso, così da cogliere e decodificare anche i segnali deboli che da esso ci arrivano. È questo il cuore strategico dei percorsi formativi attuati dalle quattro aziende intervistate per il MV 2023. La pandemia è stata un brusco risveglio e ci costringe a ragionare sulla catena del valore e sulla filiera produttiva. Se già prima si stava delineando un'evoluzione dei rapporti tra imprese, fornitori e clienti, l'emergenza Covid19 ha messo in luce nuove necessità, con nuovi valori emergenti e modi di interpretarli.

Tutte le aziende prese in esame riconoscono che il cambiamento sul lavoro generato dalla formazione è la miglior prova dell'impatto positivo che essa ha avuto sui dipendenti che si sono ritrovati ad avere maggiori e più qualificate competenze che si traducono in un accrescimento della produttività. Gli elementi conoscitivi e le informazioni che abbiamo tratto dai colloqui/intervista con i testimoni sono stati la base delle riflessioni elaborate ed esposte nei singoli report aziendali e in questa sede possiamo delineare delle considerazioni generali rispetto ai più importanti elementi emersi.

In tutti e quattro i casi aziendali i referenti intervistati hanno dichiarato di essere consapevoli che oggi sia opportuno investire nella competitività aziendale tramite l'aggiornamento e il rinnovamento delle competenze dei propri dipendenti, quale elemento determinante del vantaggio competitivo. Inoltre, è emersa la consapevolezza che per implementare la produttività garantendo standard elevati di qualità è fondamentale rimanere connessi con il territorio di riferimento in termini di valorizzazione e salvaguardia.

Per ciascuna delle aziende contattate le nuove competenze o l'approfondimento di quelle già in possesso hanno permesso alla propria azienda di operare cambiamenti che hanno conferito alle imprese maggiore competitività o aderenza alle richieste del mercato o a nuovi standard cui adeguarsi.

A tal proposito è emerso anche il corretto svolgimento del processo di analisi ed identificazione puntuale del fabbisogno formativo ha permesso all'impresa di ricevere gli input necessari per lo sviluppo futuro nelle tematiche affrontate nelle azioni formative. È il caso, ad esempio, della UICI Catania che sta proseguendo, sia in autonomia che utilizzando le risorse di Fondimpresa, con ulteriori interventi specifici e contestualizzati alla propria realtà aziendale; tale percorso vedrà coinvolte altre risorse umane aziendali oltre a quelle che hanno partecipato al piano formativo. O come nel caso di Aeroviaggi S.p.A. che continua a investire sulla formazione con la Mangia's Academy, l'accademia di alta formazione che punta allo sviluppo e all'accrescimento delle personal skill delle proprie risorse. Sulla stessa linea delle precedenti si muove la Comer Sud ribadendo più volte durante l'intervista come un investimento mirato sulla formazione del personale abbia permesso all'azienda di sostenere e rafforzare i processi di cambiamento organizzativo necessari e

connessi all’implementazione di nuove competenze e più specifiche, e per adeguare quelle possedute dalle proprie risorse professionali alle nuove esigenze produttive.

Un ulteriore elemento che emerge in maniera trasversale dalle esperienze esaminate è il carattere della formazione su misura della formazione che le aziende hanno attuato attraverso le società di formazione, strettamente legata alle esigenze delle imprese, anche nel caso in cui questa faceva riferimento a piani formativi finanziati con risorse del conto di sistema, le cui caratteristiche ne hanno fatto una risorsa concreta, riconosciuta, immediatamente spendibile nelle attività quotidiane dei lavoratori. La capacità delle agenzie formative di svolgere attente e calibrate analisi dei fabbisogni in questo senso si è rivelata ancora una volta fondamentale per la riuscita dei singoli piani formativi, all’interno dei quali sono state individuate anche delle buone prassi, riportate nei report delle singole aziende.

Il livello di soddisfazione delle aspettative espresso da parte dei referenti aziendali in ciascuno dei casi esaminati è stato elevato e altrettanto è stato rilevato da parte dei corsisti/lavoratori. Le sensazioni più diffuse fra i lavoratori sono state un’accresciuta consapevolezza del proprio ruolo in azienda e un aumento di competenza acquisita nel lavoro quotidiano. Ciò ha prodotto anche un maggiore senso d’appartenenza e partecipazione alla vita aziendale e percezione di sé e del proprio lavoro come parte importante di un sistema. Un effetto indiretto di tutto ciò, rilevato soprattutto dal management aziendale, è stata una maggiore serenità e linearità dei rapporti nei luoghi di lavoro, dove sembra si sia prodotto anche un maggiore spirito di gruppo.

Tutti i piani formativi realizzati hanno prodotto effetti positivi nelle aziende interessate sia sul versante del rapporto con le scelte strategiche aziendali sia in termini di crescita professionale dei lavoratori che attraverso la formazione sono stati aggiornati e hanno acquisito nuove competenze.

Tutti gli intervistati hanno espresso il desiderio di continuare a utilizzare la formazione continua finanziata da Fondimpresa per realizzare nuove attività formative, alcune già programmate, previste dai piani di formazione annuali o pluriennali. Abbiamo detto altre volte di come il sistema di formazione continua bilaterale sia ormai abbastanza diffuso fra le aziende che lo ritengono uno strumento di sostegno alle strategie di crescita e sviluppo in diversi settori dell’economia siciliana.

Infine, è stato possibile, attraverso l’analisi condotta, individuare qualche “buona prassi” di cui riportiamo un’elencazione:

Tabella 2: Tabella sintetica buone prassi aziendali

AZIENDA	BUONE PRASSI
Aeroviaggi s.p.a.	In relazione al piano formativo in oggetto le buone prassi formative aziendali si riferiscono, in particolare, al ruolo che lo stesso ha rappresentato per Aeroviaggi spa nello sviluppo ed implementazione delle proprie strategie aziendali relative all’introduzione di nuovi strumenti che rispondano alla necessità di continuare a garantire gli alti livelli di servizi turistici e rimanere leader nazionali nel settore.

	questa direzione, è stato raggiunto uno dei risultati attesi del piano formativo da parte dell'impresa, ovvero l'orientamento al cliente che diventa una formidabile arma competitiva e punto di forza e l'approfondire e conoscere i percorsi aziendali di cambiamento per dar seguito alla propria strategia crescita. Come riferito dagli intervistati, si rileva che il presente piano formativo ha contribuito a implementare le competenze necessarie ad assicurare un continuum con le strategie aziendali e a mantenere il successo del gruppo. La strada intrapresa fin qui dimostra che in un settore fortemente competitivo e apparentemente saturo, come quello della ristorazione, si può essere leader senza perdere la propria identità
--	---

AZIENDA	BUONE PRASSI
UICI Catania	In relazione al piano formativo STREAM le buone prassi formative aziendali si riferiscono, in particolare, alla capacità che lo stesso ha avuto nel supportare l'associazione UICI di Catania nello sviluppo di progetti per la competitività aziendale tramite l'aggiornamento e il rinnovamento delle competenze dei propri dipendenti, quale elemento determinante del vantaggio competitivo. Altresì, il Piano nel suo complesso è stato in grado di fornire un apporto significativo alle strategie per la crescita dell'associazione in termini di obiettivi qualitativi connessi al momento attuale che vede una ridefinizione dei valori della nostra società: dalle competenze ambientali, ai big data, dalla capacità di decisione alla fiducia, dall'empowerment al commitment. Skills soft e hard che vanno sviluppate con attenzione strategica e funzionale alle evoluzioni del contesto, se si vorranno gestire con efficacia le organizzazioni del futuro. Alla luce di queste premesse il piano formativo STREAM ha analizzato con particolare attenzione i flussi organizzativi orientati al futuro specie in un settore complesso come quello a cui fa riferimento l'Unione Italiana Ciechi dove diventa di fondamentale importanza aggiornarsi su nuovi strumenti, nuove tecnologie, nuove metodologie e nuovi modi di dare risposte concrete alle esigenze di un pubblico a cui ogni piccolo passo avanti può letteralmente cambiare la vita.

AZIENDA	BUONE PRASSI
---------	--------------

Comer Sud s.r.l.	Una “buona prassi” rilevata è riconducibile al criterio dell’efficacia, intesa come capacità di generare buoni risultati e soprattutto della qualità e rilevanza strategica. In particolare, su quest’aspetto, le interviste hanno messo in luce un risultato che è andato ben oltre quelli strettamente formativi e che si collega direttamente agli obiettivi strategici aziendali. La strategia aziendale adottata è risultata vincente. La professionalità acquisita dal personale attraverso la formazione e la capacità del management di adeguarsi con celerità alle innovazioni del settore e alle repentine esigenze dei consumatori e dei committenti, hanno consentito alla Comer Sud non solo di mantenere la sua posizione di leadership ma di aumentare la sua efficace azione.
------------------	---

AZIENDA	BUONE PRASSI
Tetralab s.r.l.	In relazione al piano formativo oggetto del rapporto, le buone prassi formative aziendali si riferiscono all’intero impianto progettuale. Da una parte, infatti, l’analisi della domanda dalla quale si è partiti per la strutturazione del Piano, è diventata poi determinante in fase esecutiva per monitorare gli umori e le difficoltà concrete delle aziende nelle prime fasi di ripresa dall'emergenza Covid, che hanno segnato il Piano formativo nelle sue fasi più salienti, trasformandolo in un vero e proprio strumento per favorire la riorganizzazione in real time e di supporto concreto ai nuovi fabbisogni emersi in corso d'opera. Ciò ha permesso anche alla Tetralab di trovare un nuovo assetto nella propria organizzazione. Anche l’impianto didattico è risultato infine in linea con gli obiettivi aziendali e allo stesso tempo con quelli strategici legati al complesso produttivo territoriale, ciò che in corso d'opera è stato rivisto sono stati i processi di dettaglio, con soluzioni personalizzate e in piccola parte le tempistiche per realizzarlo.

Dall’analisi fin qui riportata possiamo dedurre che i piani formativi messi in atto attraverso le risorse di Fondimpresa hanno notevolmente contribuito a promuovere la ricerca costante di nuovi strumenti per implementare e specializzare le competenze aziendali. Tutte le aziende coinvolte dalle interviste, infatti, nonostante settori affini ma diversi, e struttura organizzativa differente hanno espresso chiaramente la responsabilità a cui oggi sono chiamate le industrie, indipendentemente

dalla loro dimensione o capacità produttiva: mettere al centro dei processi aziendali la persona non soltanto come dipendente o collaboratore ma come risorsa preziosa per il raggiungimento di obiettivi sempre più grandi e che rispondano in maniera coerente e celere ai mutamenti dei mercati e delle esigenze dei beneficiari ultimi. E' un flusso fisico inesorabile che scorre come un fiume verso un unico senso che è quello del divenire, ma anche un flusso digitale altrettanto inesorabile che ci fa viaggiare virtualmente ovunque e ci ha portato il mondo e anche il lavoro fino a casa. Tutto questo adesso rappresenta una grande opportunità evolutiva, verso il nuovo mondo, il new normal, ma va organizzato e gestito al meglio per essere sostenibile e duraturo. Spetta a noi adesso creare un nuovo potere collettivo capace di gestire i futuri che ci attendono e che vogliamo.