

Fabbisogni Formativi 2023



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

PROVINCE DI PISTOIA E PRATO



FORMAZIONE

Analisi dei fabbisogni formativi delle aziende e del territorio della Provincia di Pistoia

La presente indagine è stata effettuata nel periodo compreso tra Aprile 2022 e Gennaio 2023 sottoponendo ad un campione stratificato aziende del terziario e del turismo presenti ed operanti sui territori delle province di Pistoia e Prato un questionario di rilevazione dei fabbisogni di formazione professionale, tecnico-professionale e di competenze trasversali.

- ✚ Fabbisogno formativo delle aziende operanti sul territorio di Pistoia e Prato (rilevazione diretta);
- ✚ Fabbisogno formativo del territorio del comparto (rilevazione indiretta basata sull'esigenza delle aziende in caso di reclutamento di nuovo personale).

L'analisi si rivolge al fabbisogno riferito agli ultimi anni tre anni di operatività, con riferimento alla formazione ai lavoratori ed alla necessità di aumentare risorse interne l'attività economica.

Il questionario, in formato digitale, è stato diffuso tra il circuito di aziende del territorio attraverso forme di direct marketing, broadcast in WhatsApp ed accompagnato da contatti telefonici atti ad informare le stesse sull'attuazione dell'indagine, circa i suoi obiettivi e finalità.

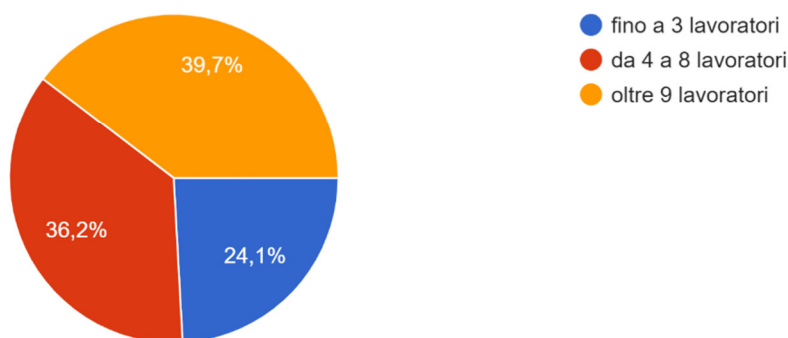
I dati raccolti sono stati analizzati in forma aggregata attraverso l'analisi delle percentuali di risposta e delle relative medie ponderate, nonché attraverso la lettura qualitativa delle risposte aperte e degli eventuali commenti.

Le aziende rispondenti sono state n. 58, appartenenti ai diversi settori del comparto commercio/turismo/servizi, di ampiezza variabile, in termini di personale impiegato.

Il 24,1 si colloca nella fascia fino a 3 lavoratori, il 36,2% si colloca nella fascia da 4 ad 8 lavoratori, e il 39,7% nella fascia oltre i 9 lavoratori.

7 - Dimensione aziendale

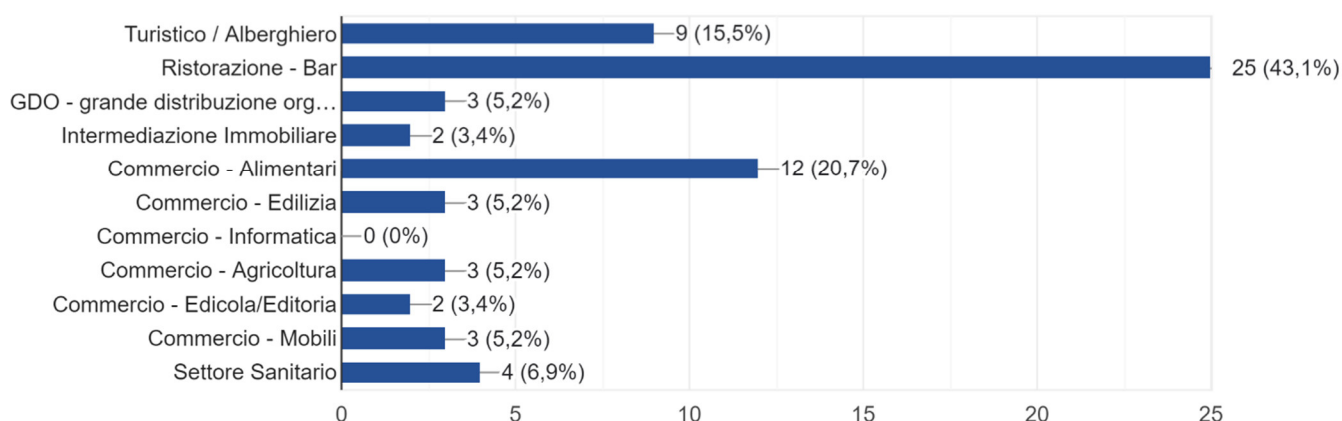
58 risposte



Di seguito la distribuzione per categoria economica, dove troviamo per il 43% di risposta provenienti dalle attività di bar e Ristorazioni, e dal 15% dal settore turistico/alberghiero e per il 20% dal settore Commercio-Alimentare.

6 - Categoria attività economica

58 risposte



La maggior parte di esse (74 %) ha usufruito di interventi formativi negli ultimi 3 anni ritenendoli molto utili nel 49 % dei casi, abbastanza utili nel 35 % dei casi, poco (12 %) o per nulla utile (4,00 %) in un residuale numero delle risposte raccolte.

Le aziende che hanno valutato molto utili gli interventi formativi sottolineano come grazie a questi sia stato possibile migliorare la qualità dei propri servizi, in base a metodi di lavoro più efficienti, e allo sviluppo di soluzioni lavorative più efficaci nella ricerca della soddisfazione della clientela.

Fra coloro che hanno fornito valutazioni di scarsa o nulla utilità degli interventi formativi si evidenzia l'accento negativo non tanto sui contenuti lavorativi, ma sulle metodologie utilizzate, che nella realtà attuale, richiedono adeguamento e bilanciamento vita-lavoro, soprattutto nella formazione a distanza, e all'interattività degli interventi formativi.

Da questa analisi qualitativa, che rispecchia precedenti esperienze di formazione, di riflesso al periodo a cavallo della pandemia, e che ha visto fortemente rivalutata la condizione di vita-lavoro non solo delle occasioni lavorative smart working, ma anche dei momenti dedicati alla formazione durante l'orario lavorativo, emergono considerazioni in materia di Marketing e Comunicazione per il 65%, social media management 34 risposte, seguite da Gestione del Punto vendita, 43%, commercio e vendita, 29%, Erogazione prodotti e servizi da bar e caffetteria, 38% e Erogazione prodotti da cucina, 39%. I corsi di lingua, sono richiesti dal 47% delle aziende, mentre i corsi rivolti alla transizione digitale, che

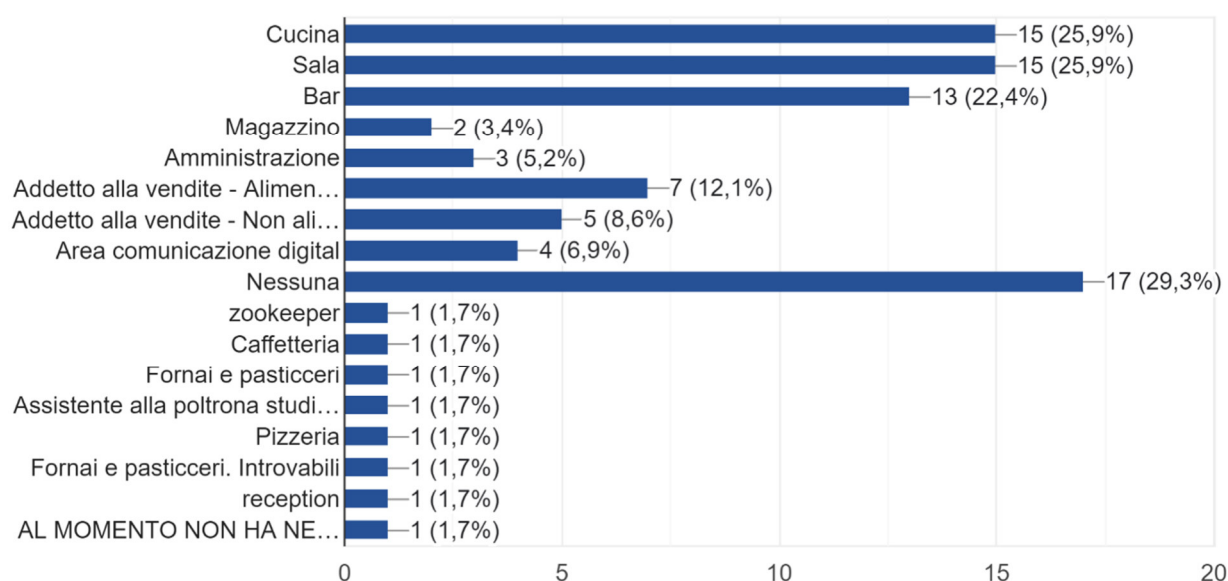
coinvolgono l'adeguamento alle forme di comunicazione automatizzata e gestione database è richiesto dal 27% delle aziende.

Tra i contenuti richiesti, appare come la conoscenza dei prodotti da erogare, quali vino, birra, siano di maggiore richiesta da approfondimento perché di maggiore curiosità per i consumatori, sempre maggiormente attenti alla qualità dei prodotti.

L'analisi ha riportato anche il fabbisogno di personale, per il 70% dei casi, soprattutto nei ruoli di Cucina, Sala e bar.

3 - Necessità di figure professionali da inserire in una o più delle seguenti aree:

58 risposte



Le difficoltà nel reperimento del personale riguardano la mancanza di candidature tout court oltre che competenza specifica nell'area di attività dell'azienda, spesso dovuta allo scollamento tra mondo scolastico e mondo del lavoro. Rispetto alle caratteristiche delle personali richieste dal mercato del lavoro nei diversi ambiti di attività delle aziende rispondenti, nel 65 % dei casi le aziende necessitano una figura professionale flessibile, capace di adattarsi alle mutevoli esigenze dell'impresa. Diversamente, ed in misura speculare un 24 % dichiara di necessitare di una figura professionale altamente specializzata capace di rispondere immediatamente alle esigenze delle imprese ed un 20 % di una figura che possieda una buona formazione di base ma non necessariamente iperspecializzata.