

LogicaStudio FORMAZIONE

La nostra ricerca in Versilia

Il Fabbisogno Formativo in Versilia



A cura di Sara Marchi
Logica Studio Formazione Srl

LogicaStudio
FORMAZIONE

Indice:

Introduzione	pag. 3
Prima Fase – Panorama economico Nazionale	pag. 4
Seconda Fase – Le Filiere in Toscana	pag. 7
Terza Fase – La Provincia di Lucca, tra turismo ed industria	pag. 9
Quarta Fase - La nostra ricerca in Versilia	pag. 11
Il Settore Turistico in Versilia	pag. 11
La Filiera del Marmo in Versilia	pag. 20
Il Settore Trasversale in Versilia	pag. 26
La nostra Conclusione	pag. 31



Introduzione

Logica Studio Formazione Srl è un'agenzia di nuova costituzione che ha come obiettivo principale la realizzazione di percorsi di Formazione Professionale in Versilia.

Per raggiungere questo traguardo, abbiamo realizzato una ricerca sull'andamento del mondo del lavoro della zona Versiliese per individuare le esigenze ed i fabbisogni formativi delle aziende operanti nei settori da noi ritenuti più importanti.

L'analisi dei fabbisogni rappresenta uno strumento fondamentale per conoscere e anticipare la domanda delle imprese in termini di competenze e abilità necessarie allo sviluppo economico locale.

La scelta dell'area geografica è conseguenza del fatto che la nostra organizzazione è situata nel Comune di Pietrasanta (LU), cuore della Versilia.

La nostra analisi si sviluppa attraverso un percorso articolato, poiché la nostra organizzazione è, appunto, di recente formazione abbiamo quindi cercato di elaborare dati statistici rilevati da fonti di ricerca ufficiali suddividendo l'indagine in quattro fasi:

Prima Fase – Panorama economico Nazionale in cui affrontiamo l'andamento del mercato del lavoro nel triennio 2015-17 in tutto il territorio Italiano, utilizzando i dati statistici raccolti attraverso il Sistema Informativo Statistico delle Comunicazioni Obbligatorie del Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali. Ottenendo come risultato il quadro dei Settori Economici più importanti dell'Italia, poi della sola area Centrale ed infine arrivando ad evidenziare i settori più importanti per la Regione Toscana.

Seconda Fase – Le Filiere in Toscana grazie ad uno studio più approfondito nelle ricerche condotte da Irpet (Istituto Regionale Programmazione Economica della Toscana) ed Istat siamo riusciti ad avere un quadro più dettagliato del tipo di aziende che operano nella nostra Regione, definendo il concetto di Filiera ed estrapolandone le più importanti per la Provincia di Lucca.

Terza Fase – La Provincia di Lucca, tra turismo ed industria in questa fase abbiamo elaborato i dati emersi nella Conferenza Stampa del 23 aprile 2018 tenuta a Palazzo Orsetti e rilasciata dall'Assessore al Turismo S. Ragghianti, dirigenti G. Marchi e A. Marino del Dipartimento Servizi Turistici e del Comune di Lucca e L. Celli Amministratrice Unica di Itinera (società per la promozione turistica del Comune di Lucca), evidenziando l'andamento economico delle aziende per ciascun settore presente nella Città di Lucca e nella sua Provincia. Ponendo a confronto poi i risultati ottenuti nelle tre macro aree: Città di Lucca, Versilia ed il Resto della Provincia abbiamo dimostrato a quale filiera appartengono le aziende più dinamiche nella zona Versiliese.

Quarta Fase – La nostra ricerca in Versilia per realizzare un'indagine di mercato, più approfondita, abbiamo condotto interviste telefoniche direttamente ad aziende operanti nei settori che secondo noi rappresentano meglio la nostra realtà economica: la filiera del turismo e quella del marmo.

Per la prima abbiamo deciso di coinvolgere un campione rappresentativo di sole due sotto categorie economiche: le strutture ricettive alberghiere ed i ristoranti poiché intervistare anche tutte le altre aziende che operano nel settore turistico (bed and breakfast, pasticcerie, bar, aziende di distribuzione di bevande e alimenti ecc..) sarebbe stato troppo oneroso sia da un punto di vista di tempo che di personale impiegato.

Per la filiera del marmo invece le imprese che si occupano delle varie fasi di lavorazione del marmo situate in Versilia sono facilmente quantificabili ma ne abbiamo comunque intervistate un campione di 32 aziende.

Per ultimo abbiamo elaborato le informazioni ottenute dalle interviste poste ad aziende che operano in un settore trasversale ovvero economicamente coinvolte con tutte e due le filiere interessate.

Prima Fase – Panorama economico Nazionale

In questo capitolo tratteremo i dati riguardanti i rapporti di lavoro attivati nell'arco del triennio 2015-17 e quindi i settori economici che hanno creato domanda nel mercato del lavoro che alla luce dei recenti cambiamenti normativi ha avuto risvolti particolarmente significativi.

Infatti l'incontro tra domanda e offerta di lavoro nell'ultimo triennio è risultato fortemente adattivo alle congiunture economiche e alle nuove opportunità degli interventi legislativi disposti.

L'anno 2017 è caratterizzato da una crescita delle contrattualizzazioni e da un saldo positivo dei contratti attivati e cessati che fa registrare un attivo di 427 mila rapporti di lavoro. Sul territorio nazionale le attivazioni aumentano dell'11,7% rispetto al 2016.

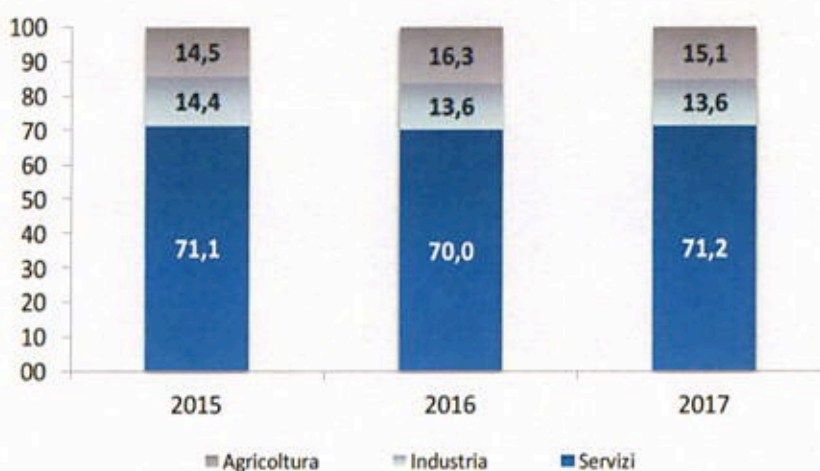
In particolare il settore Industriale e quello Terziario invertono la tendenza negativa registrata nel 2016 mentre nell'Agricoltura si conferma la variazione positiva già registrata nell'anno precedente con un incremento del 3,5%.

Nel 2017 sono stati attivati, secondo il Ministero del lavoro e delle Politiche sociali, 10,6 milioni rapporti di lavoro, di cui 5,7 milioni hanno interessato uomini e 4,9 milioni le donne. Il maggior numero di avviamenti si registra nelle regioni del Nord 41,6 % e del Mezzogiorno 35,6%.

Dopo l'aumento registrato nel 2015 +4,4%, grazie all'effetto attrattivo degli incentivi all'assunzione disposte dalle norme contenute nel Jobs Act e nella Legge di Stabilità. Le attivazioni subiscono però un calo nel 2016 -9,6% per poi crescere nuovamente nel 2017 +11,7%.

Come si può notare dal Grafico 1.1 la maggior parte dei rapporti di lavoro dipendente e parasubordinato si concentra nel settore dei Servizi, che nel 2017 assorbe il 71,2% delle attivazioni totali, in aumento di 1,2 punti percentuali rispetto all'anno precedente. Nel settore Agricoltura si concentra il 15,1% dei rapporti di lavoro attivati nell'anno mentre il rimanente 13,6% ha interessato il settore Industria, il cui peso rimane invariato rispetto al 2016.

Grafico 1.1 –Rapporti di lavoro attivati per macro-settori Agricoltura, Industria e Servizi in Italia. Composizione percentuale. Anni 2015,2016,2017

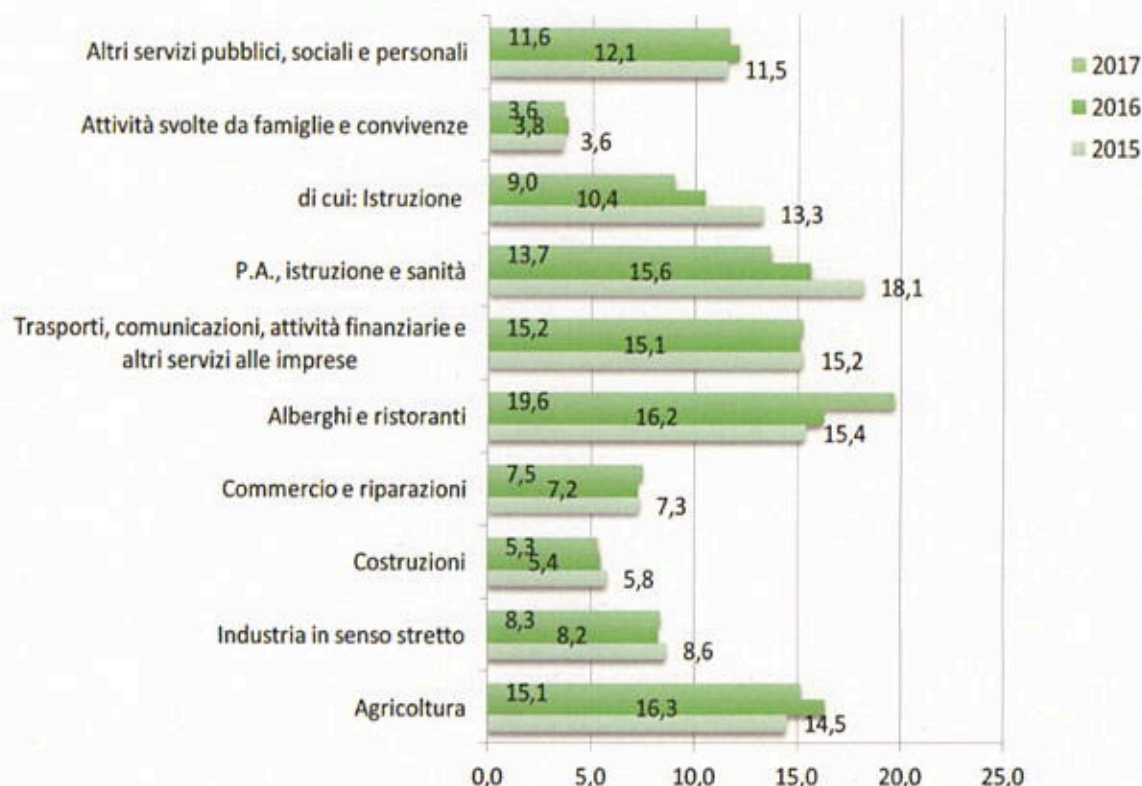


Fonte: Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali - Sistema Informativo Statistico delle Comunicazioni Obbligatorie

Il settore dei Servizi cioè il Terziario ha avuto una costante crescita seppur di piccola misura anche durante la crisi controbilanciando in parte agli esuberi del settore secondario ovvero dell'industria che ancora non riesce a riprendere i ritmi antecedenti al 2007.

Il settore Terziario racchiude le attività di: trasporti e comunicazione; di facility management; commerciali; **gastronomia, turismo, ospitalità**; servizi assicurativi e bancari; attività amministrativa pubblica; e servizi avanzati: assistenza per attrezzature, macchinari e beni, informatica, ricerca e sviluppo, consulenza, formazione, marketing.

Grafico 1.2 –Rapporti di lavoro attivati per settore di attività economica. Composizione percentuale. Anno 2015, 2016, 2017



Fonte: Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali - Sistema Informativo Statistico delle Comunicazioni Obbligatorie

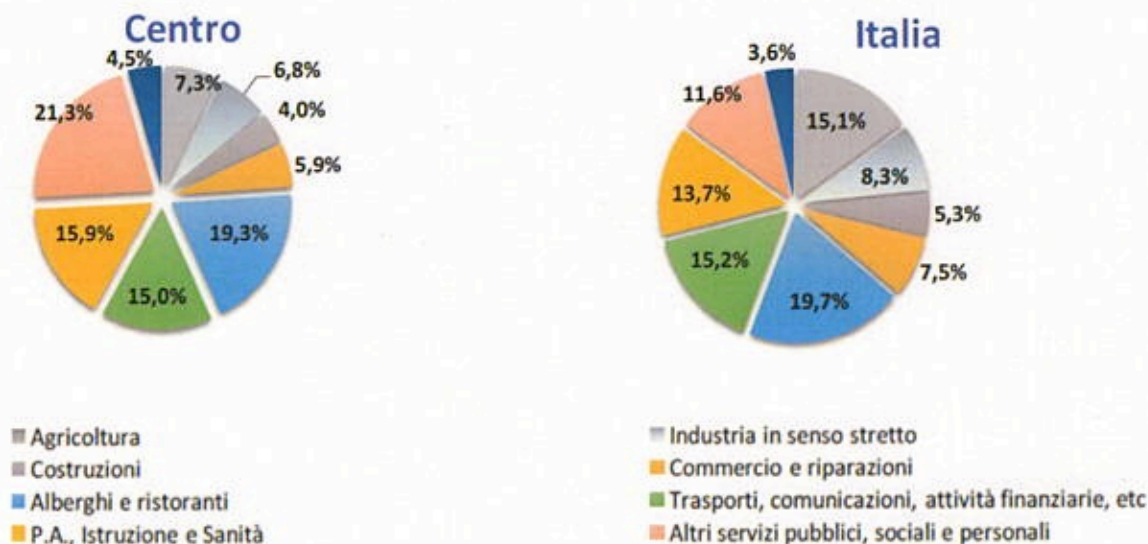
Nel dettaglio del Settore Terziario, dal Grafico 1.2, si può osservare, in composizione percentuale, la crescita di avviamenti in Alberghi e ristoranti: da 15,4% nel 2015 a 16,2% nel 2016 fino a 19,6% nel 2017.

In termini di dinamica tra il 2016 e il 2017 le attivazioni di rapporti di lavoro registrano un aumento di 1,1 milioni di unità con un tasso di crescita pari all'11,7%. L'aumento delle attivazioni interessa tutti i settori di attività economica, fatta eccezione per il settore relativo alla Pubblica amministrazione in calo del 2,1%. In particolare si registra un maggior aumento in termini relativi, con tassi di crescita superiori alla media nei settori dei Servizi.

Incrociando i dati di avviamento dei rapporti di lavoro a base territoriale con i settori di attività economica nell'anno concluso 2017, realizziamo che il Centro Nord Italia ha vocazione Terziaria mentre il Sud tendenzialmente agricola.

Ponendo ora a confronto i dati della sola area Centrale con il totale Italiano, come nel Grafico 1.3, possiamo osservare che il centro Italia, rispetto al volume totale di avviamenti nel territorio nazionale, concentra le quote maggiori di avviamenti in attività di: Servizi Sociali, personali e pubblici e P.A. Istruzione e Sanità, mentre tutte le altre attività rimangono sotto la media nazionale.

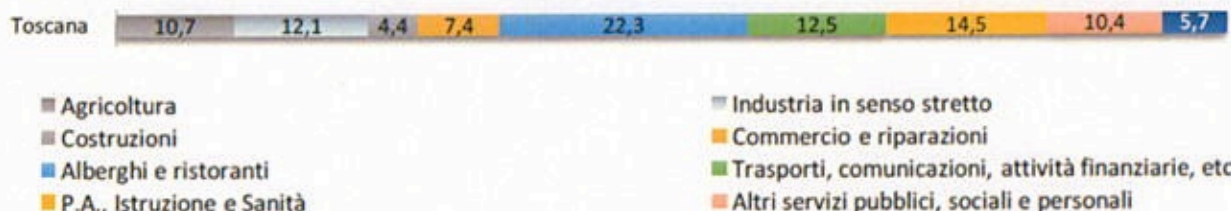
Grafico 1.3 –Rapporti di lavoro attivati per settore di attività economica nel Centro-Italia e nel totale. Composizione percentuale. Anno 2017.



Fonte: Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali – Sistema Informativo Statistico delle Comunicazioni Obbligatorie

Se però consideriamo la sola Regione Toscana con il Grafico 1.4, notiamo variazioni significative: la più importante riguarda l’attivazione di rapporti di lavoro in attività di Alberghi e ristoranti di 22.3% che supera quella dell’area centrale di 19,3% e anche quella nazionale di 19,7%. Il settore dell’Industria in senso stretto supera quella dell’area centrale di ben 5,3 punti percentuali e la nazionale di 3,8; mentre gli altri settori rimangono sotto o comunque vicino alla media sia dell’area centrale che nazionale.

Grafico 1.4 –Rapporti di lavoro attivati in Toscana per settore di attività economica. Composizione Percentuale. Anno 2017.



Fonte: Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali – Sistema Informativo Statistico delle Comunicazioni Obbligatorie

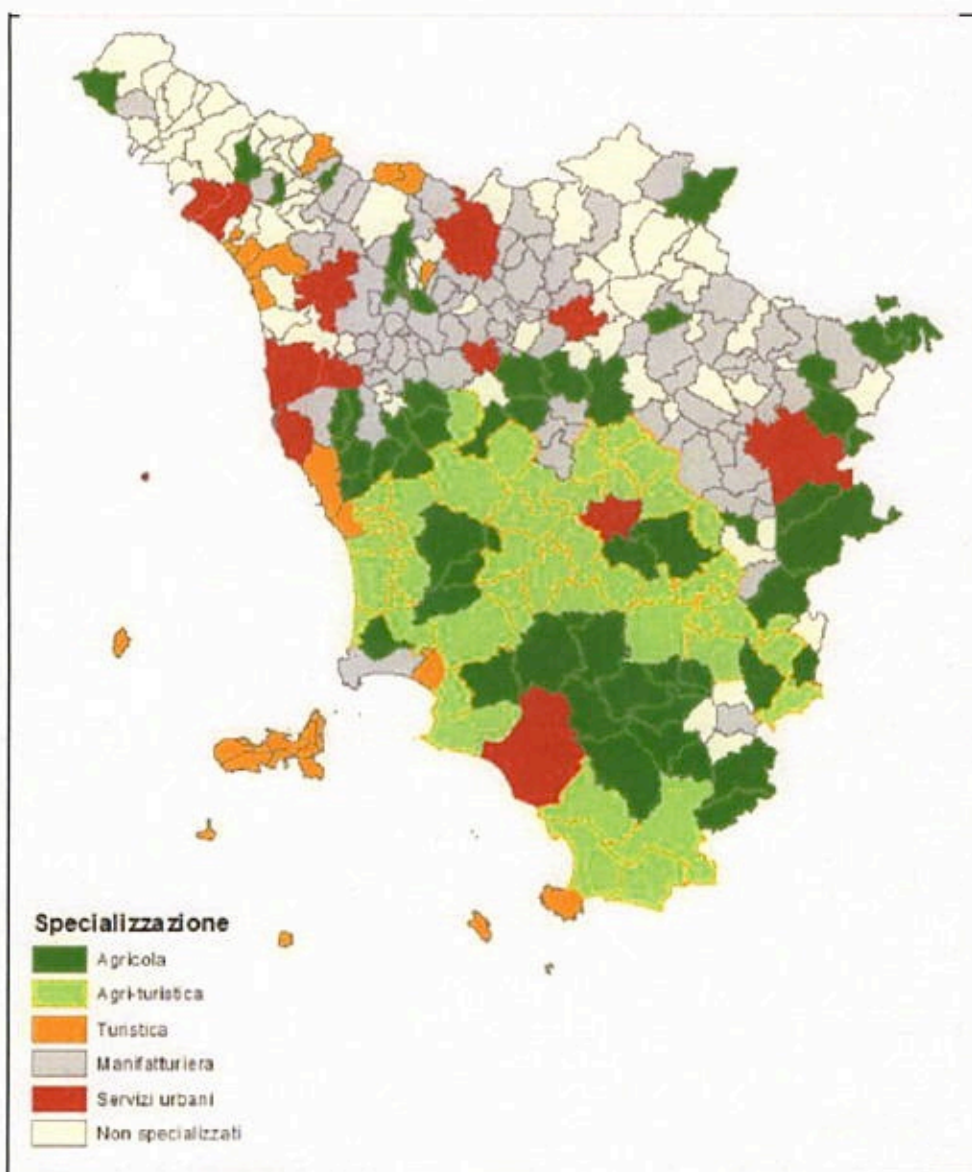
Dai dati sopra analizzati si desume la vocazione prettamente Turistica della Regione Toscana e la volontà che dimostra il settore dell’industria di ripartire.

Seconda Fase – Le Filiere in Toscana

Lasciamo i dati elaborati dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali per entrare nel dettaglio di un'analisi più approfondita del mercato del lavoro nella Regione Toscana grazie alle elaborazioni dell'IRPET Istituto Regionale Programmazione Economica della Toscana.

La nostra Regione dal punto di vista territoriale mostra differenze economiche sostanziali: come possiamo verificare dal Grafico 2.1, nella zona Centrale, lungo la valle dell'Arno sono concentrate le maggiori attività manifatturiere che trainano sviluppo ed esportazioni; il sud della Toscana invece ha un profilo prevalentemente rurale e agri-turistico; mentre la costa evidenzia difficoltà dal punto di vista produttivo e si orienta più verso il settore turistico.

Grafico 2.1 –Le Specializzazioni del sistema produttivo Toscano



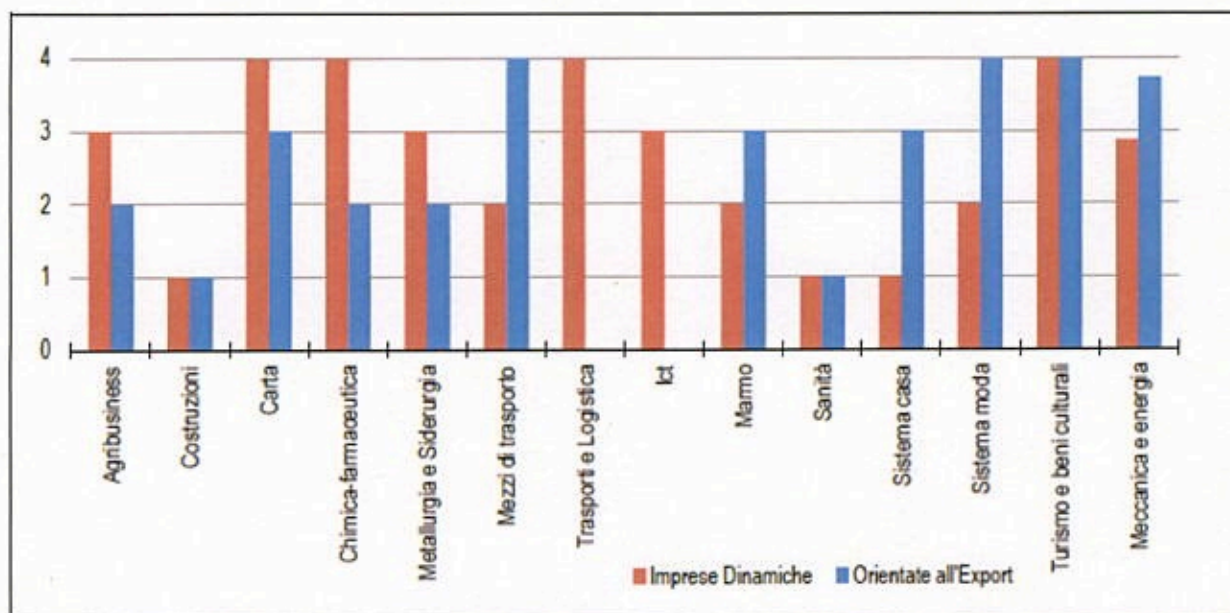
Fonte: elaborazioni IRPET su ISTAT

Lucy R.M.

Sempre secondo le ricerche di Irpet incrociando i dati del numero di persone avviate al lavoro, del tipo di qualifica ricoperta, del reddito medio associato ad ogni qualifica e del titolo di studio posseduto, è possibile identificare le più importanti Filiere di attività in Toscana.

Prendendo in considerazione la dinamicità delle attività, che è data dall'andamento del fatturato e dell'occupazione creata, con la quota di valore delle esportazioni sul fatturato complessivo si ottiene il livello di competitività delle Filiere in Toscana come rappresentato nel grafico seguente.

Grafico 2.2 Incidenza Imprese Dinamiche e quota di Export su Fatturato nella Regione Toscana



Fonte: Irpet

Possiamo ora, grazie al Grafico 2.2, identificare le filiere presenti nella Provincia di Lucca: il settore cartario e la meccanica che è per lo più collegata alla fabbricazione di macchine per l'industria cartaria nelle zone dell'entroterra; la zona di Viareggio è incentrata soprattutto nella nautica; le zone dell'alta Versilia si basano sulla filiera del Marmo e la bassa Versilia, ovvero la costa, è fondata sul Turismo.

La filiera del turismo non racchiude solo la zona costiera ma anche la stessa Città di Lucca e diverse zone dell'entroterra.

Il settore nautico non è rappresentato come categoria autonoma ma è racchiuso in parte in quella dei Mezzi di Trasporto che, come possiamo notare dal Grafico 2.2, è fortemente orientato all'export ed in parte in altre filiere in quanto le figure professionali attivate e richieste derivano da diversi settori economici: carpentieri e montatori di carpenteria metallica, verniciatori artigianali ed industriali, falegnami ed attrezzisti di macchine per la lavorazione del legno, saldatori e tagliatori a fiamma, meccanici artigianali, riparatori e manutentori di automobili e simili, disegnatori industriali, manovali dell'edilizia civile, idraulici, elettricisti ecc...

Handwritten signature

Terza Fase – La Provincia di Lucca, tra turismo ed industria

Nella Conferenza Stampa del 23 aprile 2018 tenuta a Palazzo Orsetti e rilasciata dall'Assessore al Turismo S. Ragghianti, dirigenti G. Marchi e A. Marino del Dipartimento Servizi Turistici e del Comune di Lucca e L. Celli Amministratrice Unica di Itinera (società per la promozione turistica del Comune di Lucca), sono stati evidenziati dati sull'andamento economico di tutti i settori presenti nella Provincia di Lucca.

La produzione industriale nel 2017 ha registrato una variazione del +0,9% rispetto al 2016.

La scomposizione del dato nei settori merceologici rilevanti a livello provinciale evidenzia la ripresa nella produzione di macchinari e nella elettromeccanica del +0,6% collegata all'industria cartaria che da sola ha aumentato la produzione del 1,2% rispetto al 2016.

La Nautica a Viareggio ha registrato una leggera variazione negativa di -0,4% che potrebbe essere dovuta alla messa in produzione di barche tendenzialmente più grandi e con maggiori esigenze temporali di progettazione e realizzazione. Infatti come conseguenza della recente crisi e delle politiche di globalizzazione è aumentato il peso della produzione di mega yacht, mentre si è fortemente contratta la domanda di imbarcazioni di medie dimensioni. Si è rilevato così un aumento degli ordini internazionali +7,9% e deboli segnali di ritorno degli ordini interni anche per le barche di misura più piccola.

Coerente con i risultati della elettromeccanica è anche il settore della metallurgia e prodotti in metallo con un +9,1%. Negativo invece è il settore della moda lucchese con un -4,3% a causa dell'andamento non brillante del tessile – abbigliamento ma che comunque è in lieve miglioramento rispetto al 2016, il calzaturiero ha registrato un andamento positivo dello 0,8%.

Il settore Lapideo ha diminuito la produzione del -0,6% rispetto al 2016, ed è comunque in linea con il risultato nazionale: -0,5%.

Il Turismo a Lucca è in crescita. Un dato di fatto non scontato e che per ora viene suffragato dai dati Istat relativi al 2017.

Salgono gli arrivi, che si attestano su 238.385 il 4,4% in più rispetto all'anno precedente ed aumentano anche se più modestamente le presenze che sfiorano quota 510 mila con uno 0,7% in più nel 2017 rispetto al 2016.

Le macro aree geografiche in termini di arrivi e presenze turistiche promuovono la Versilia. Nel 2017 ci sono stati 638.563 arrivi rispetto ai 613.038 dell'anno precedente e 2 milioni e 593.266 presenze contro i 2 milioni e 513.142 del 2016.

Mentre per le restanti aree della provincia di Lucca (Piana di Lucca, Valle del Serchio e Garfagnana) sono stati stimati gli arrivi a 394.756 e le presenze a 999.853 nel 2017.

Grazie ai Grafici 3.1 e 3.2 che seguono, possiamo avere una visione più chiara dell'importanza del settore Turistico nella nostra provincia e soprattutto per la nostra macro area Versiliese:

Grafico 3.1 – Gli Arrivi in Lucca e Provincia per l'anno 2017

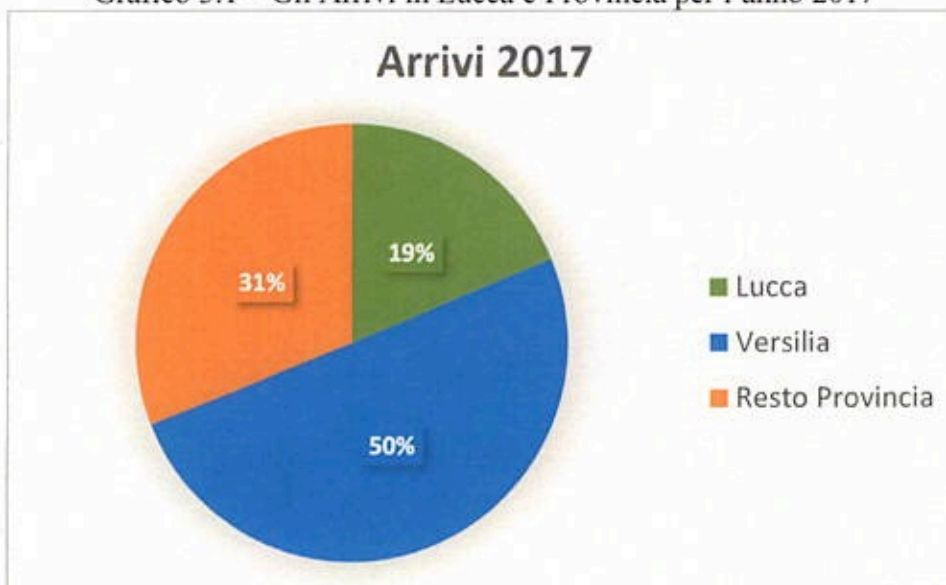
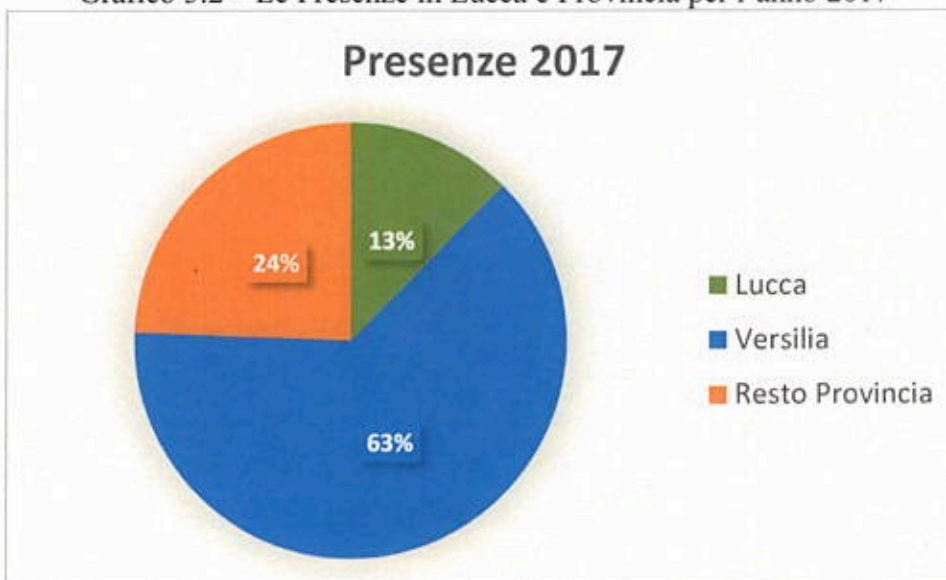


Grafico 3.2 – Le Presenze in Lucca e Provincia per l'anno 2017



Dai risultati ottenuti dalla macro area della Versilia entrando ancora più nel dettaglio particolarmente positivo è il dato di Viareggio che registra oltre 1 milione di presenze a fronte di 248.605 arrivi, ottimi dati anche per il Comune di Massarosa. Crescono le presenze ma calano gli arrivi a Camaiore, situazione inversa a Forte dei Marmi dove a calare sono le presenze. Dati negativi per l'alta Versilia nei comuni di: Seravezza e Stazzema. Soffre anche Pietrasanta ma, come Forte dei Marmi, solamente dal punto di vista delle presenze.

Basandoci su ciò che abbiamo descritto fino a questo punto ed operando una scelta sui settori economici di filiera che più ci interessano, abbiamo ritenuto necessario interpellare direttamente le aziende.

Quarta Fase - La nostra ricerca in Versilia

La nostra agenzia ha sede in Pietrasanta nel Cuore della Versilia, organo che si divide in due: una parte che continua a battere per l'industria del marmo legata alle sue tradizioni e al ricordo di un passato glorioso in cui i nostri scalpellini preparavano lastre di pregiato marmo affinché abbellissero monumenti ed immensi edifici conosciuti in tutto il mondo e l'altra parte invece che con frenetica palpitazione rivolge la sua attenzione alla cultura, alle mostre d'arte, agli eventi, alle spiagge e quindi al turismo.

Seguendo il nostro ragionamento decidiamo di coinvolgere, nella nostra analisi, aziende operanti nelle filiere del **Marmo** e del **Turismo**.

Il Settore Turistico in Versilia

Iniziamo con la filiera più giovane e capace di adeguarsi meglio alle richieste del mercato, operando dinamicamente ed evolvendosi ad ogni necessità secondo i bisogni dei turisti e catturando richieste e novità dal modo del web.

Per questo settore abbiamo interpellato 50 aziende operanti nel settore turistico dividendole in due sottocategorie: 25 ditte del sistema alberghiero e 25 della ristorazione.

Per ogni sottocategoria abbiamo realizzato un questionario ad hoc, che verrà riportato per intero nel presente documento.

Per ciascun quesito procediamo raccogliendo i dati ed elaborando le informazioni all'interno di fogli di calcolo Excel, dove i risultati ottenuti vengono rappresentati attraverso grafici del tipo 'a Torta'.

Ciascuna rappresentazione grafica è stata infine riportata in questo documento con la relativa domanda posta completa di legenda e di percentuali ottenute.

Iniziamo dal Sistema alberghiero:

Le 25 strutture alberghiere interpellate sono state prese come campione in base al numero di stelle e nello specifico rappresentano 5 strutture con 5 Stelle, 12 con 4 Stelle e 8 con 3 Stelle.

La scelta di coinvolgere per lo più le strutture di alta qualità è data dal fatto che gli alberghi con poche stelle sono per la maggior parte a conduzione familiare ed aperti solo nel periodo estivo, quindi non potevano essere da noi interpellati operando le interviste nei mesi di ottobre-novembre.

Le strutture alberghiere esaminate sono rappresentanza di tutti gli alberghi presenti nella zona della Versilia: oltre a quelli disposti lungo la costa ovvero da Viareggio a Forte dei Marmi, sono stati inclusi anche quelli collocati nell'entroterra come Massarosa, Camaiore, Pietrasanta, Seravezza ecc..

Nella pagina a seguire si può osservare il Questionario realizzato per l'intervista ai 25 alberghi:

Settore Turistico in Versilia Strutture ricettive alberghi 5/4/3 Stelle

Ricerca di Mercato sul Fabbisogno Formativo in Versilia

1) La Sua Azienda è disponibile a collaborare con Agenzie Formative presenti nel territorio?

- si
- no

2) La Sua Azienda ospita Stagisti provenienti dal percorso Scuola-Lavoro e/o di Formazione Professionale?

- si
- no

3) Se Si in quale delle seguenti aree?

- Segreteria/Reception
- Amministrazione/Contabilità
- Sala/ai piani
- Ristorante/Bar

4) Nel caso in cui la Sua Azienda ricerchi personale, la preferenza è tra:

- Personale qualificato anche senza esperienza
- Personale senza un titolo di studio valido ma con esperienza

5) La Sua Azienda effettua corsi di aggiornamento continuo su capacità relazionali, conoscenza del territorio e innovazione sul web marketing dei propri dipendenti e/o collaboratori?

- si
- no

6) Nella Sua Azienda la figura del Social Media Manager è interna o esterna?

- Interna
- Esterna

7) Note e suggerimenti

.....

.....

Handwritten signature in blue ink.

Adesso proseguiamo analizzando i risultati ottenuti per ciascuna domanda posta:

Grafico 4.1 La Sua Azienda è disponibile a collaborare con Agenzie Formative presenti nel territorio?

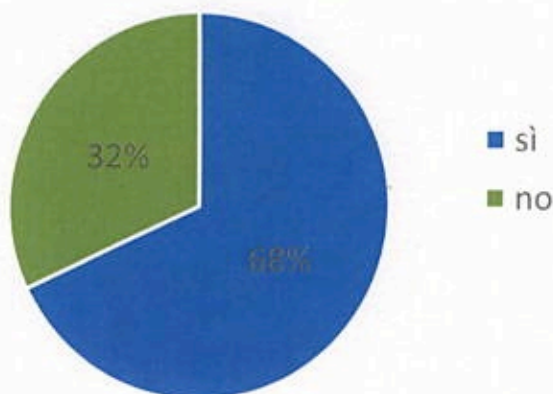
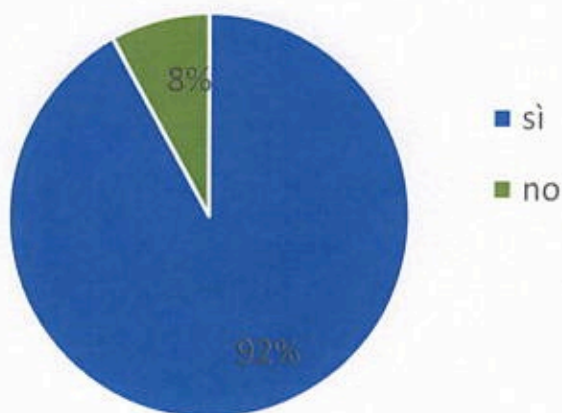


Grafico 4.2 La Sua Azienda ospita Stagisti provenienti dal percorso Scuola-Lavoro e/o di Formazione Professionale?



Logica Studio

Grafico 4.3 Se sì, in quale delle seguenti aree?

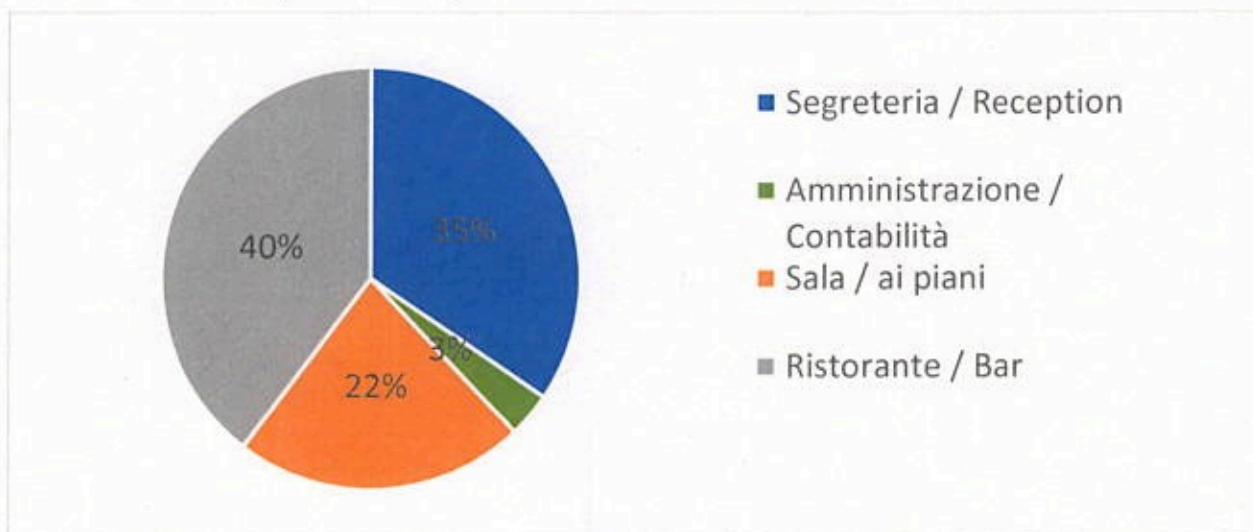


Grafico 4.4 Nel caso in cui la Sua Azienda ricerchi personale, la preferenza è tra:

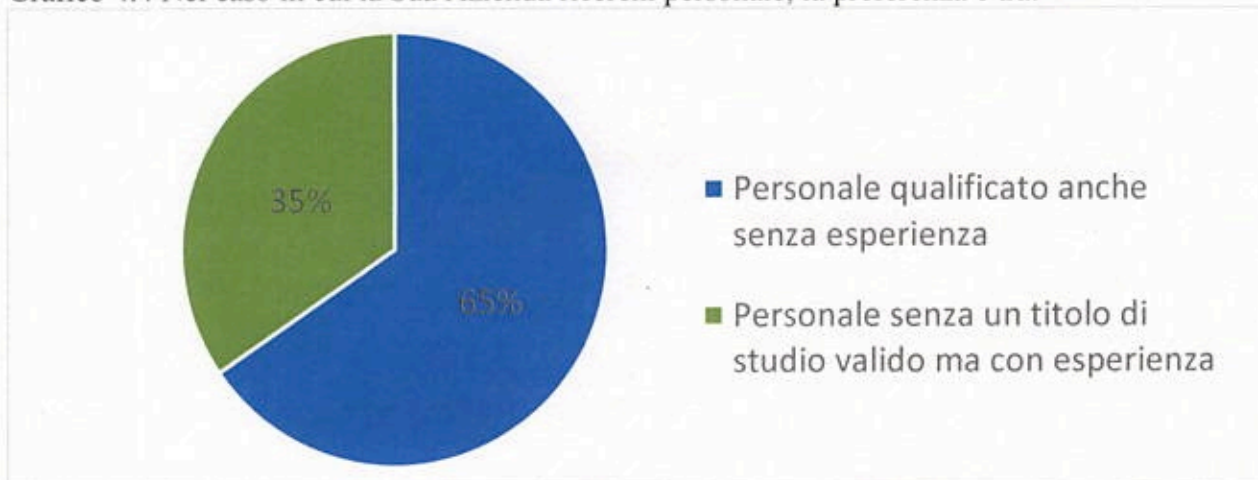
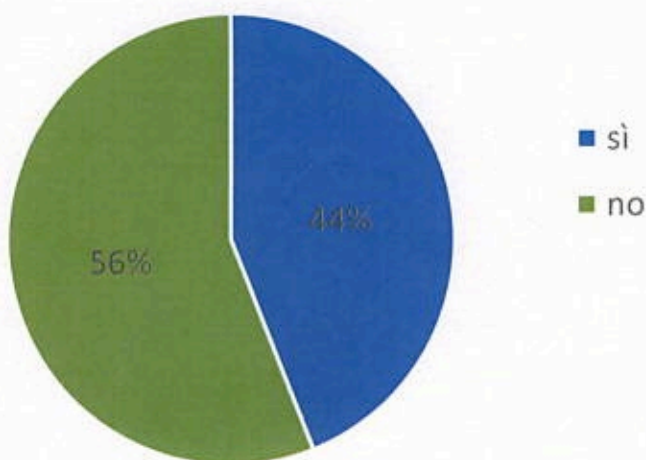
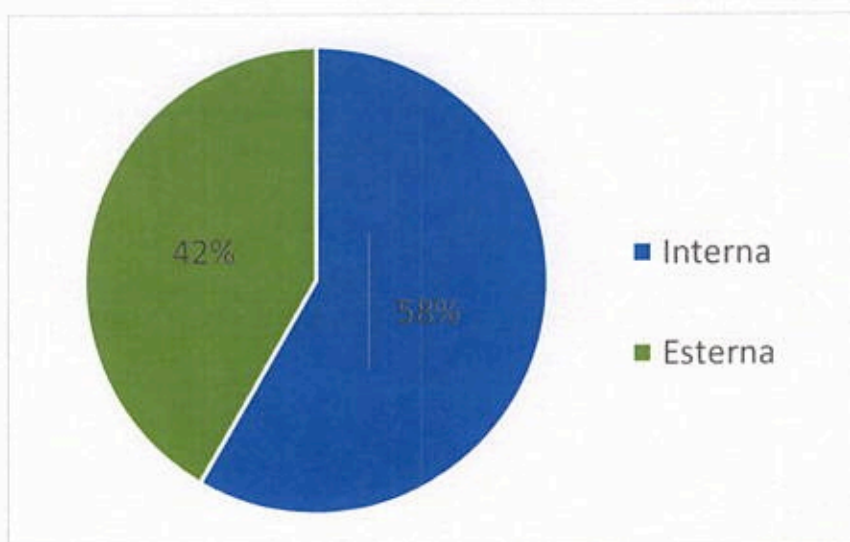


Grafico 4.5 La Sua Azienda effettua corsi di aggiornamento continuo su capacità relazionali, conoscenza del territorio e innovazione sul web marketing dei propri dipendenti e/o collaboratori?



Study 2/11

Grafico 4.6 Nella Sua Azienda la figura del Social Media Manager è interna o esterna?



Come si può notare dal Grafico 4.1 il 68% degli alberghi interpellati ha un'inclinazione positiva a collaborare con agenzie formative per progetti di formazione nel territorio e ad ospitare stagisti provenienti da percorsi di formazione professionale.

Da ciò si evince quindi il desiderio delle aziende di questo settore di avere un ruolo sempre più attivo nella formazione professionale.

Dal Grafico 4.2 si nota anche la disponibilità ad accogliere non solo gli stagisti di percorsi professionalizzanti ma anche i tirocinanti dell'alternanza scuola-lavoro delle scuole secondarie di secondo grado, infatti ben il 92% delle strutture ne ospita già durante i periodi di maggiore affluenza, come il periodo estivo, ma anche durante le festività natalizie, pasquali ed il Carnevale. Le aree in cui maggiormente sono impegnati stagisti e tirocinanti scolastici come dal Grafico 4.3 sono il Ristorante/Bar quasi a pari merito con la Segreteria/Reception con rispettivamente il 40% ed il 35% a seguire la Sala/ai Piani con il 22% ed infine l'Amministrazione/Contabilità con il solo 3%. Quest'ultima percentuale così bassa è data dal fatto che alcuni alberghi si servono di servizi di consulenza esterna e quindi non hanno al loro interno un ufficio tale da poter ospitare stagisti e/o tirocinanti e dal fatto che questa area non è abbastanza considerata dalla formazione professionale. Le scuole secondarie di secondo grado invece nel caso in cui devono interpellare aziende per distribuire i tirocinanti nell'area contabile ed amministrativa scelgono studi di dottori commercialisti, ditte di consulenza aziendale e/o grandi aziende dove il lavoro di ufficio è più importante di altri reparti.

Dal Grafico 4.4 notiamo che le aziende nel caso in cui ricercano nuovo personale preferiscono lavoratori con un titolo di studio valido come: diploma di scuola superiore o attestato di qualifica professionale o laurea triennale e/o magistrale; piuttosto che con esperienza e questo è un dato importante perché negli ultimi anni secondo note ricerche si è spesso dato più credito all'esperienza che al titolo di studio posseduto. Dalle interviste condotte è emerso che il lavoratore con esperienza ma al quale mancano competenze di base come la conoscenza di almeno una lingua straniera, l'informatica di base, il saper comunicare con efficacia ecc.. se in un primo momento può sembrare un buon inserimento nell'organico poi nel medio - lungo termine si rivelano intoppi nell'andamento aziendale quotidiano dovuti alla mancanza delle capacità sopra descritte e quindi al non sapere affrontare e risolvere i problemi, anche di piccola importanza, durante lo svolgersi della giornata lavorativa.

Nel successivo Grafico 4.5 si evince un buon risultato (il 44% del sì contro il 56% del no, sappiamo che a livello regionale i dati sono molto più negativi) nella formazione interna del personale ovvero nell'aggiornamento continuo su capacità relazionali, nella conoscenza del territorio e nell'innovazione sul web marketing. Anche questo è un punto in cui un'agenzia formativa ha il dovere di approfondire proponendo corsi di formazione ad hoc. Se le aziende effettuassero i corsi di aggiornamento permanenti ai propri dipendenti necessari a garantire una buona soddisfazione della clientela e una buona visualizzazione nel web, la produzione ne beneficerebbe molto incrementando le vendite.

Dal Grafico 4.6 invece si può notare l'importanza che ha la nuova figura del Social Media Manager: l'esperto che sul web e nei canali dei social network 'racconta' la struttura, la città, il territorio; ma ha anche capacità di catturare le tendenze e le strategie per indirizzare l'offerta turistica futura. Ben il 58% degli alberghi ritiene importante avere questa figura all'interno della propria azienda contro il 42% che lascia questo delicato compito a ditte o consulenti esterni.

Procediamo ora con le aziende della sotto-categoria della Ristorazione.

I 25 ristoranti presi come campione sono ubicati anch'essi in tutta la Versilia e non sono stati scelti con una finalità particolare.

Rappresentano aziende operanti nella ristorazione di varie tipologie societarie: a conduzione familiare e non; di diverse dimensioni: con uno o più dipendenti e/o con nessun subalterno; con differenti tipi di materia prima elaborata: carne e pesce, o solo carne e/o solo pesce; con risultati di customer care dissimili, rilevati dai social network.

Sono state categoricamente escluse: le pizzerie, le mense – self service, i bar e le pasticcerie.

Di seguito mostriamo il Questionario proposto ai datori di lavoro dei 25 ristoranti:



Questionario Anonimo - Mod QA03 - 08 del 25/10/08

Settore Turistico in Versilia Ristorazione

Ricerca di Mercato sul Fabbisogno Formativo in Versilia

1) La Sua Azienda è disponibile a collaborare con Agenzie Formative presenti nel territorio?

- si
- no

2) La Sua Azienda ospita Stagisti provenienti dal percorso Scuola-Lavoro e/o di Formazione Professionale?

- si
- no

3) Se Sì in quale delle seguenti aree?

- Servizio in Sala
- Cucina/Bar

4) Nel caso in cui la Sua Azienda ricerchi personale, la preferenza è tra:

- Personale qualificato anche senza esperienza
- Personale senza un titolo di studio valido ma con esperienza

5) La Sua Azienda oltre ai corsi dovuti per legge (Sicurezza e Haccp) effettua corsi di aggiornamento continuo dei dipendenti? (per esempio innovazione nella lavorazione delle materie prime per creare nuovi piatti culinari)

- si
- no

6) Per la Sua Azienda quanto è importante la pubblicità sui Social Media?

- tanto
- poco

7) Note e suggerimenti

.....

.....

Proseguiamo con lo studio dei risultati ottenuti per ciascuna domanda posta:

Grafico 5.1 La Sua Azienda è disponibile a collaborare con Agenzie Formative presenti nel territorio?

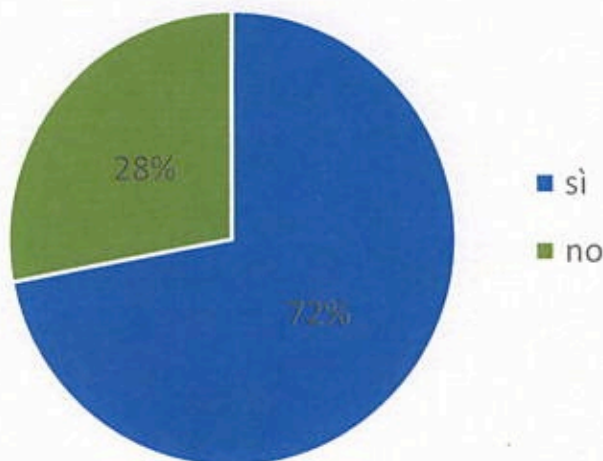


Grafico 5.2 La Sua Azienda ospita Stagisti provenienti dal percorso Scuola-Lavoro e/o di Formazione Professionale?

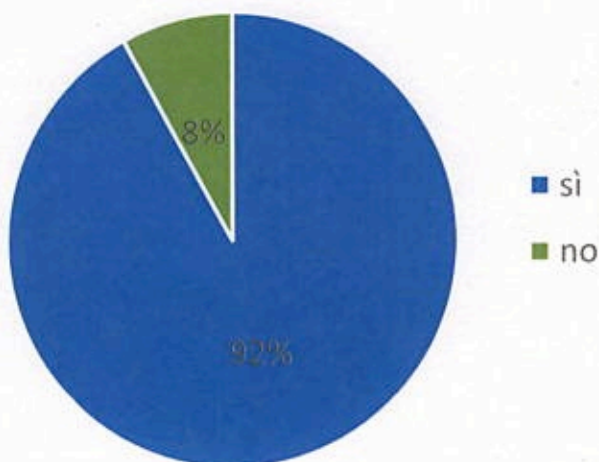
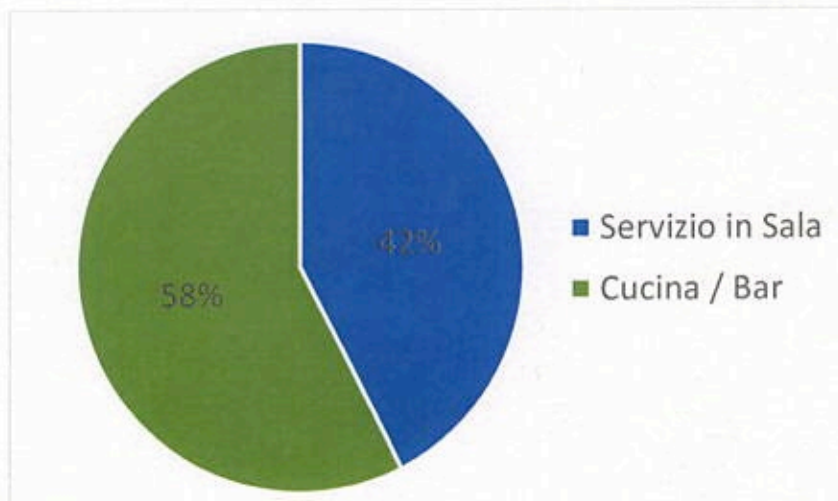


Grafico 5.3 Se sì, in quale delle seguenti aree?

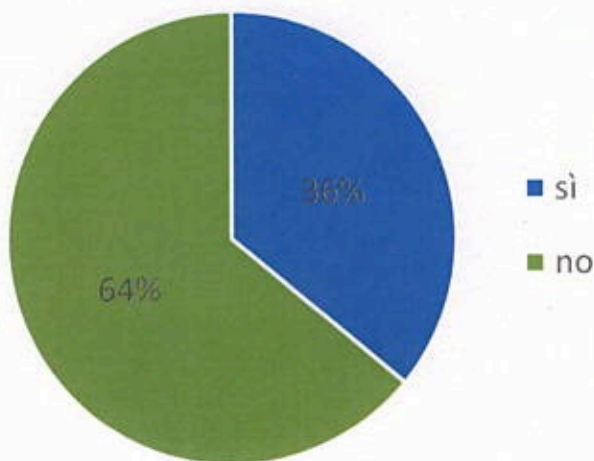


July B...

Grafico 5.4 Nel caso in cui la Sua Azienda ricerchi personale, la preferenza è tra:

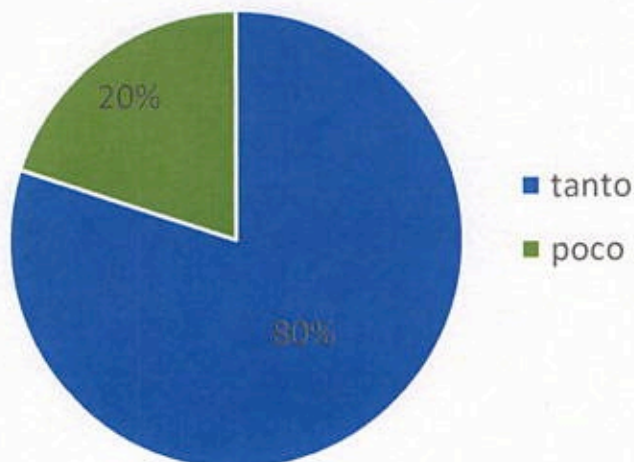


Grafico 5.5 La Sua Azienda oltre ai corsi dovuti per legge (Sicurezza e Haccp) effettua corsi di aggiornamento continuo dei dipendenti? (per esempio innovazione nella lavorazione delle materie prime per creare nuovi piatti culinari)



Logica Studio

Grafico 5.6 Per la Sua Azienda quanto è importante la pubblicità sui Social Media?



Dal Grafico 5.1 possiamo analizzare che ben il 72% contro il 28% dei ristoranti interpellati da la sua disponibilità a collaborare con agenzie formative per progetti di formazione futuri nel territorio.

Il settore della ristorazione nella zona della Versilia ha sempre ospitato tirocinanti provenienti dall'Istituto Professionale Alberghiero di Stato G. Minuto ubicato in provincia di Massa-Carrara in località Marina di Massa, molto vicino alla zona versiliese. Successivamente i ristoranti della nostra zona hanno accolto gli studenti anche dell'Istituto Professionale G. Marconi di Viareggio che ha aperto (da non più di una decina di anni) la sezione Alberghiera. Le agenzie formative versiliesi inoltre sono sempre state attente a questo settore e hanno attivato negli anni molteplici di corsi di qualifica professionale e non. Da tutto questo si può comprendere la propensione ad ospitare e a collaborare nella formazione in genere.

Dal Grafico 5.2 si nota infatti che il 92% dei ristoranti ospita già regolarmente stagisti provenienti da percorsi formativi professionali e/o tirocinanti del percorso scuola-lavoro.

Le aree in cui possono essere impegnati stagisti e tirocinanti scolastici, come possiamo vedere dal Grafico 5.3, sono due: Cucina/Bar e Servizio in Sala rilevando la preferenza nell'accogliere studenti in cucina con il 58% contro il 42 % nelle mansioni di servizio ai tavoli.

Nel Grafico 5.4 notiamo che le aziende nel caso in cui ricercano nuovo personale rimangono in balia del dubbio dando come risultato un 50 e 50 tra la preferenza di lavoratori con un titolo di studio valido ma senza esperienza e lavoratori senza titolo ma con esperienza. Questo è dato dal fatto che l'esperienza in cucina è molto importante e può essere acquisita negli anni di lavoro (se ad esempio il lavoratore ha appreso in maniera adeguata da Chef importanti) e questa 'esperienza sul campo' non la si può paragonare a quella che si apprende durante gli stage formativi o l'alternanza scuola-lavoro poiché sono percorsi di breve durata. Anche se come già riscontrato nell'intervista agli alberghi le competenze di base che si acquisiscono solo grazie a percorsi formali: corsi di formazione professionale e/o percorsi di studio scolastici come la conoscenza di lingue straniere, l'informatica di base, il saper comunicare con efficacia, il problem solving ecc.. sono riconosciute dalle aziende come necessarie.

Nel successivo Grafico 5.5 invece si ha un dato non molto positivo riguardante la formazione interna del personale. Grazie a questo grafico infatti si evidenzia che solo il 36% delle aziende interpellate effettua, oltre ai corsi dovuti per legge (Sicurezza sui luoghi di lavoro e Haccp), formazione di aggiornamento continuo come di: innovazione e ricerca nella lavorazione delle materie prime per la creazione di nuovi piatti culinari; attuazione di una politica economica aziendale di lotta agli sprechi; utilizzo al meglio degli scarti di cibo ecc...

Questo secondo noi è un punto di riflessione per lo sviluppo di una formazione di aggiornamento permanente basato su innovazione e riciclo ambientale.

Con il Grafico 5.6 possiamo capire infine l'importanza, ben l'80%, che i gestori dei ristoranti danno alla pubblicità su internet ed in particolare alla visibilità nei Social Media. Questo tipo di attività è solitamente svolta nei ristoranti o dal titolare stesso oppure da un dipendente con mansioni di direttore e/o responsabile, quindi raramente questo compito è affidato ad un professionista esterno.

La Filiera del Marmo in Versilia

Affrontiamo ora invece ciò che abbiamo rilevato dalle interviste effettuate nella Filiera del Marmo. Abbiamo interpellato 32 aziende operanti nel settore lapideo cercando di rappresentare la filiera nella sua completezza.

Sono state infatti interpellate sia le medio-grandi aziende che si occupano di tutta l'intera filiera: dall'estrazione, alla lavorazione, al trasporto, e al commercio di prodotti finiti, semilavorati e/o blocchi interi con attività di import – export a livello mondiale; sia le aziende di piccole dimensioni, spesso a conduzione familiare, specializzate in una sola fase della filiera che effettuano 'lavorazioni in conto terzi' ovvero su commissioni delle aziende più grandi, ad esempio solo per il processo di fresatura dei blocchi, e non si occupano di vendita diretta ed import-export; infine ci sono gli artigiani come gli esperti nella posa del marmo e gli scultori che si occupano dell'elaborazione del marmo da un punto di vista artistico, questi hanno una propria clientela finale anche estera.

I cambiamenti degli ultimi decenni hanno modificato profondamente il contesto competitivo in cui operano le imprese della zona trasformandone il profilo.

Infatti come è avvenuto in alcuni diversi settori in Toscana, per esempio la nautica a Viareggio, e nel resto d'Italia i processi di globalizzazione e la crisi economica hanno favorito le lavorazioni di alto valore collocate nei mercati di lusso e orientate all'export.

La concorrenza dei paesi in via di sviluppo ricchi di materie prime dello stesso tipo, inoltre, ha ridefinito la divisione internazionale del lavoro in tutta la filiera, favorendo strategie competitive non basate sul prezzo ma sulla qualità e l'innovazione di prodotto e sulla gamma di servizi offerti a monte e a valle di una commessa.

Le competenze della manodopera rappresentano un importante vantaggio competitivo per le imprese del settore lapideo.

Si tratta di competenze storicamente accumulate nel corso di secoli e diffuse attraverso l'apprendimento di esperienze direttamente 'sul campo': sono conoscenze tramandate tacitamente dai lavoratori più anziani a quelli più giovani.

Con il progresso tecnologico, le recenti evoluzioni dovute ai processi di globalizzazione, le competenze richieste ai lavoratori sono mutate, rimanendo invariate però quelle derivanti dall'esperienza.

Ai lavoratori sono richieste conoscenze in materia di sicurezza e la capacità di combinare competenze meccaniche, elettroniche e informatiche.

Di seguito riportiamo il Questionario proposto per il settore del Marmo:



Questionario Anonimo - Mod QA01 - 08 del 25/10/08

La Filiera del Marmo in Versilia

Ricerca di Mercato sul Fabbisogno Formativo in Versilia

1) La Sua Azienda è disponibile a collaborare con Agenzie Formative presenti nel territorio?

- si
- no

2) La Sua Azienda collabora con Suole Pubbliche Secondarie di Secondo Grado?

- si
- no

3) La Sua Azienda ha ospitato in passato Stagisti provenienti dal percorso Scuola-Lavoro o di Formazione Professionale?

- si
- no

4) Se Si in quale delle seguenti aree?

- Segreteria/Reception
- Amministrazione/Contabilità
- Tecnico (nelle fasi di lavorazione del marmo)

5) Nel caso in cui la Sua Azienda ricerchi personale Tecnico/Operaio, la preferenza è tra:

- Operaio già specializzato
- Operaio semplice (per poi formarlo internamente)

6) La Sua Azienda effettua operazioni di commercio con l'Estero?

- si
- no

7) Nella Sua Azienda oltre ai corsi dovuti per Legge (Sicurezza) vengono svolti corsi di aggiornamento inerenti l'innovazione nell'uso di materiali, l'ecodesign ed il recupero dei materiali di scarto?

- si
- no

8) Note e suggerimenti

.....

.....

Handwritten signature in blue ink on the right margin.

Elaboriamo ora i risultati ottenuti per ciascuna domanda posta:
Grafico 6.1 La Sua Azienda è disponibile a collaborare con Agenzie Formative presenti nel territorio?

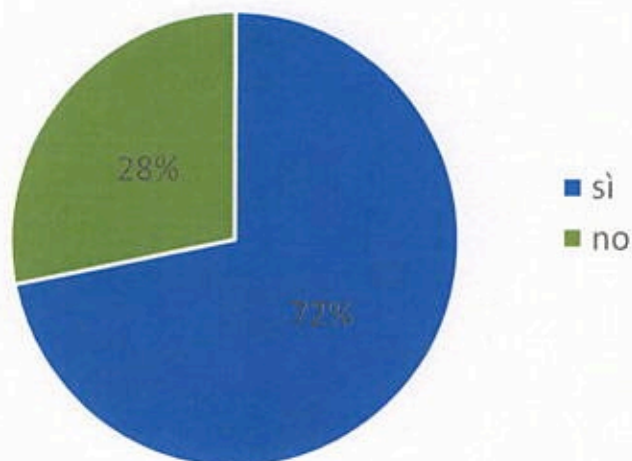


Grafico 6.2 La Sua Azienda collabora con Suole Pubbliche Secondarie di Secondo Grado?

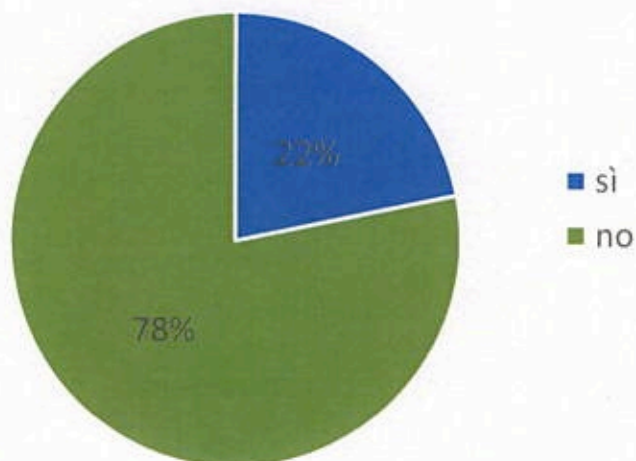
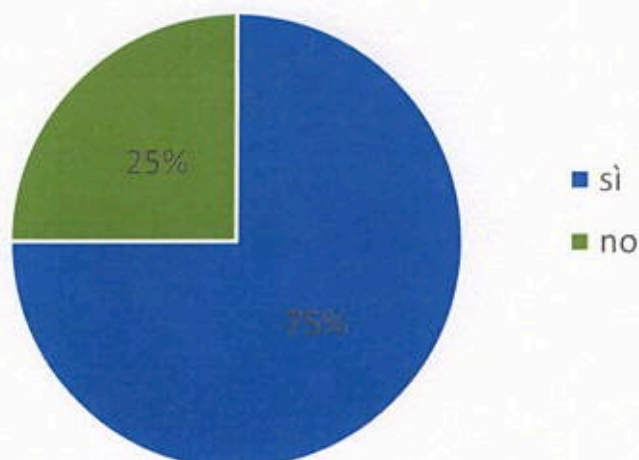


Grafico 6.3 La Sua Azienda ha ospitato in passato Stagisti provenienti dal percorso Scuola-Lavoro o di Formazione Professionale?



Logica Studio

Grafico 6.4 Se Sì in quale delle seguenti aree?

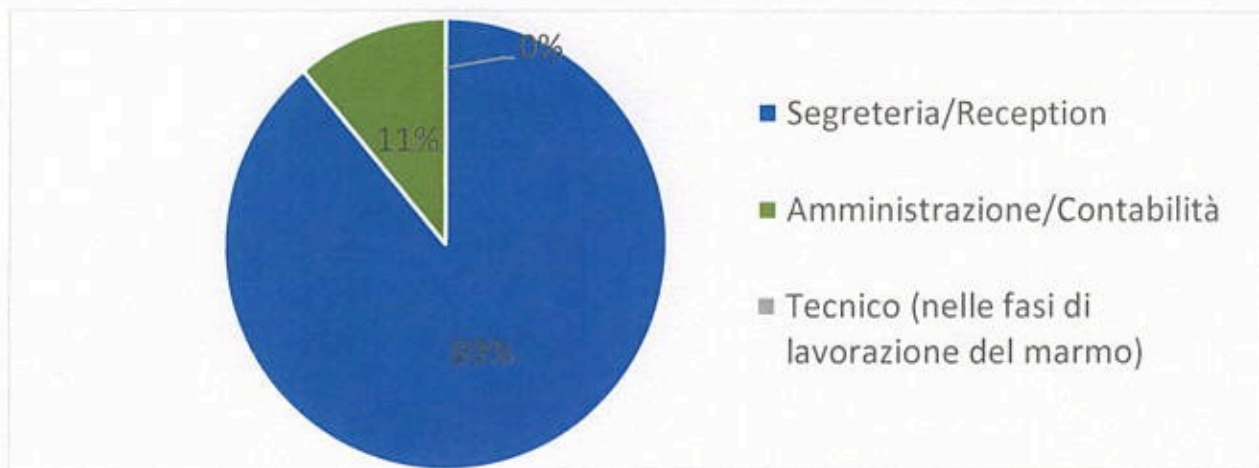
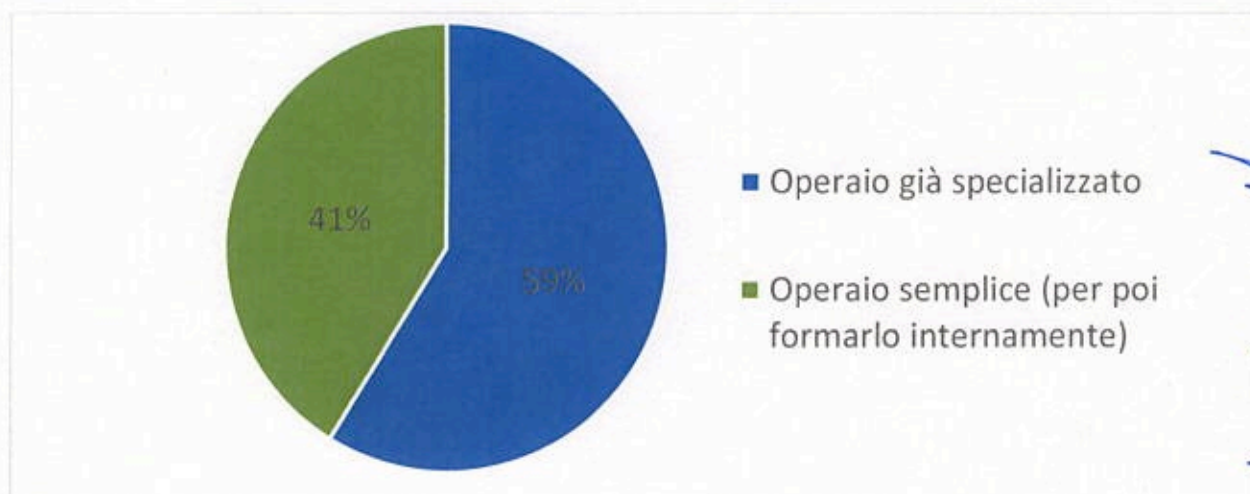


Grafico 6.5 Nel caso in cui la Sua Azienda ricerchi personale Tecnico/Operaio, la preferenza è tra:



Handwritten signature

Grafico 6.6 La Sua Azienda effettua operazioni di commercio con l'Estero?

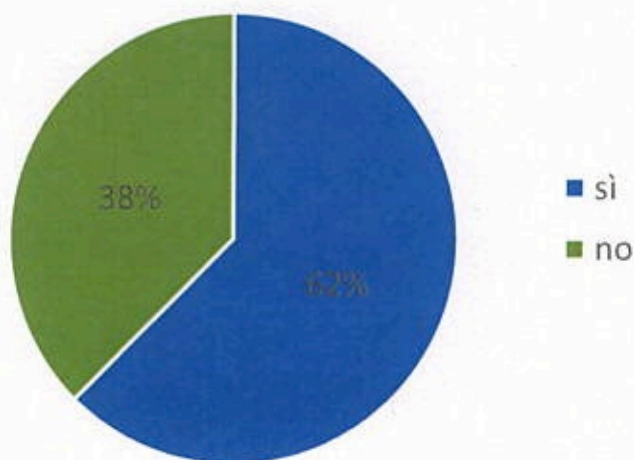
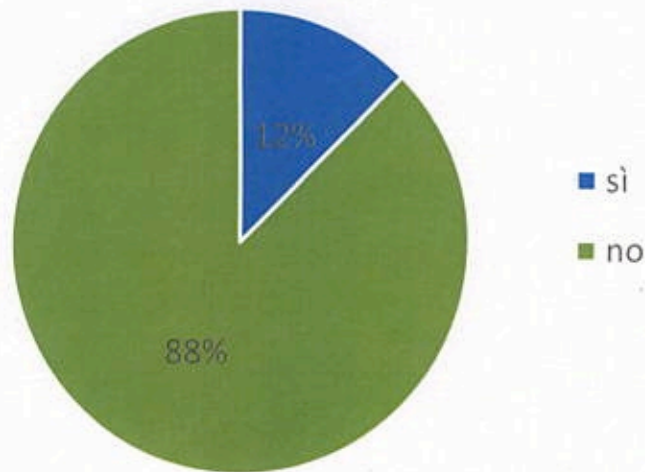


Grafico 6.7 Nella Sua Azienda oltre ai corsi dovuti per Legge (Sicurezza) vengono svolti corsi di aggiornamento inerenti l'innovazione nell'uso di materiali, l'ecodesign ed il recupero dei materiali di scarto?



Dal Grafico 6.1 possiamo comprendere il desiderio delle aziende operanti nel settore lapideo di iniziare collaborazioni nel campo della formazione con agenzie formative, ben il 72%.

Nel focus organizzato negli anni passati da Irpet che coinvolgeva le aziende di questo settore era emerso che le stesse raramente vengono contattate per possibili collaborazioni da agenzie formative, questa informazione trova pieno riscontro con la nostra inchiesta.

Dal Grafico 6.2 inoltre troviamo un altro dato interessante poiché ben il 78% dichiara di non avere rapporti di collaborazione neanche con scuole secondarie di secondo grado. Infatti effettuando un'ulteriore ricerca non abbiamo trovato alcun Istituto Professionale Statale che prevede un percorso di diploma nel settore lapideo. Quindi una partecipazione tra scuola pubblica ed imprese nel mercato del lavoro per creare occupazione di fatto non esiste.

Nel Grafico 6.3 però possiamo evidenziare come in passato il 75% delle aziende ha ospitato studenti per stage scolastici. Questi tirocinanti, come dal Grafico 6.4, erano distribuiti per l'89% in Segreteria/Reception, solo l'11% in Amministrazione /contabilità dove per praticità abbiamo racchiuso anche la parte riguardante la progettazione di disegno tecnico e lo 0% nell'area Tecnica ovvero direttamente nella lavorazione del marmo. Da questo dato abbiamo un'ulteriore conferma della mancanza di formazione per questo settore.

Nonostante ciò dal Grafico 6.5 emerge come le aziende preferirebbero assumere personale specializzato con una percentuale del 59% piuttosto che assumere operai semplici anche se giovani da formare internamente.

Con il Grafico 6.6 abbiamo riscontro invece del fatto che buona parte delle aziende che operano con il marmo siano proiettate al commercio con l'estero: il 62%.

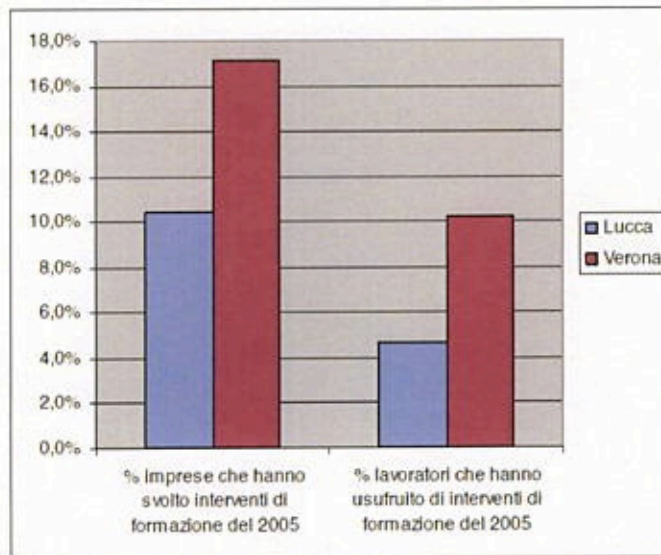
Infine dal Grafico 6.7 osserviamo che le aziende di questo settore non svolgono corsi di formazione interna di aggiornamento professionale del proprio personale. Infatti ben l'88% delle aziende intervistate oltre ai corsi dovuti per legge sulla sicurezza nei luoghi di lavoro non ne effettua altro tipo. Questo dato è giustificato, dagli interpellati, dal fatto che la formazione ha un costo troppo elevato che unito alla 'perdita di tempo' nel progettare, organizzare e svolgere attività formative che può essere diversamente impiegato, scoraggia iniziative di questo tipo.

Da ricerca nel web abbiamo appreso che in passato esisteva una 'Cava-Scuola' chiusa perché risultava troppo onerosa in assenza di un progetto condiviso tra imprese ed istituzioni pubbliche.

Di fatto sappiamo che le aziende operanti nel settore lapideo non fanno formazione e questo dato lo ritroviamo anche in precedenti analisi di fabbisogno formativo:

1) Secondo la ricerca effettuata dalla Provincia di Lucca in partenariato con la Comunità Montana Alta Versilia, So.ge.s.a. 2000 e CNA con il progetto 'La Costa della Conoscenza' del 2006 in cui vengono messi a confronto i dati sulla formazione svolta dalle aziende del settore lapideo della Versilia (provincia di Lucca) e di Verona. I risultati emersi, come dal Grafico 6.7, mostrano differenze importanti tra le due aree oggetto di studio su la formazione aziendale svolta.

Grafico 6.7 Formazione nelle aziende del marmo della provincia di Lucca e Verona a confronto



2) Questo dato viene confermato anche da un'altra ricerca più recente condotta dalla Confindustria di Verona per Assindustria di Massa Carrara con il nome di 'Il settore lapideo in Italia e nei due maggiori distretti: l'apuo-versiliese e il distretto veneto' del 2016 che riassume nello schema sintetico, che rappresentiamo nel Grafico 6.8, le considerevoli differenze nelle posizioni competitive delle due aree. Possiamo notare come sviluppo e ricerca nelle nuove tecnologie di produzione di marmi e aggiornamento nelle competenze dei lavoratori, nonché collaborazioni tra aziende ed istituzioni pubbliche creano competizione per le attività collocate nel Veneto mentre sono assenti nella nostra zona.

Grafico 6.8 Confronto tra i comprensori Apuo-Versiliese e Veneto – Posizione competitiva

	Vantaggi	Svantaggi
Apuo-Versiliese	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Disponibilità di materia prima di eccellente qualità e valore ✓ Grandissima notorietà ✓ Elevate competenze tecniche in tutte le fasi di lavorazione, incluse quelle artistiche e i progetti 	<ul style="list-style-type: none"> X Immagine e notorietà derivano dal prodotto, molto più che da iniziative promozionali mirate X Gamma prodotti basata prevalentemente sul marmo locale X Dimensioni aziendali inferiori X Limitata conoscenza delle tecnologie di produzione di marmi agglomerati X Scarsa esperienza di iniziative consortili/collettive X Significativa presenza sindacale (soprattutto alle cave)
Veneto	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Elevate competenze nella lavorazione, che fanno di Verona il polo industriale per i materiali lapidei ✓ Sviluppo di tecnologie di produzione di marmi agglomerati ed esperienza di commercializzazione ✓ Iniziative collettive di successo (terminale ferroviario, ASMAVE, Marmomacc, marchio Pietra Naturale) ✓ Costi di lavorazione competitivi ✓ Gamma di prodotti più ampia ✓ Maggior propensione al rispetto di norme, per i vincoli imposti dai clienti tedeschi e austriaci (1960-1980) ✓ Elevata propensione all'internazionalizzazione 	<ul style="list-style-type: none"> X Scarse fonti di materia prima locale X Marmi locali colorati e quindi maggiormente esposti all'effetto moda X Nonostante di dimensione superiore rispetto alla media del settore italiano, le imprese del distretto competono con player internazionali molto più grandi X Concentrazione dei mercati di sbocco (USA e Germania)?

In conclusione possiamo affermare che le aziende che operano nel marmo nella zona della Versilia detengono con quelle della provincia di Massa-Carrara il primato nel commercio in Italia e con l'estero solo grazie alla qualità e quantità della materia prima ed all'esperienza degli operai tramandata dal passato.

Questo mercato potrebbe avere risultati economici molto maggiori se nelle aziende apuo-versiliesi venisse svolta la formazione di aggiornamento professionale permanente che viene svolta in provincia di Verona come ricerca ed aggiornamento nell'innovazione nell'uso di materiali, nelle nuove tecnologie di lavorazione del marmo, di produzione di agglomerati, nell'ecodesign e nel recupero dei materiali di scarto.

Il Settore Trasversale in Versilia

Secondo l'indagine condotta nelle filiere sopra esaminate abbiamo deciso di coinvolgere nella nostra ricerca aziende che operano in modo Trasversale in tutti i settori economici trattati.

Le imprese coinvolte sono le Web Agency ovvero le agenzie che si occupano di creazione di siti web professionali, di Web marketing cioè di commercio elettronico su internet e Web design ossia di architettura innovativa nella grafica dei siti internet.

Il commercio elettronico nel mercato economico di oggi è fondamentale per l'andamento delle vendite delle aziende che ormai supera e/o parifica il commercio tradizionale.

Per un'azienda non basta più poter essere rintracciabile sul web per essere trovata su mappa stradale e/o contattata telefonicamente o via mail, ma è importante anche potersi presentare nel modo più efficace possibile.

È consolidata l'opinione secondo la quale il cliente attua una preselezione in base alle informazioni che trova sul web dell'azienda presso la quale acquisterà il bene (durevoli, non durevoli ecc..) di cui ha bisogno.

Più l'azienda riesce ad attrarre l'attenzione del cliente più sarà alta la probabilità che sarà scelta da quest'ultimo.

Il Sito Web è il biglietto da visita di una ditta: grazie alle immagini e alle parole utilizzate per presentare l'attività e la propria mission, ad un catalogo dei prodotti venduti chiaro e comprensibile, alla frequenza in cui viene aggiornato con offerte ed occasioni, alla disponibilità ad offrire servizi e/o prodotti secondo gusti personalizzati.

Grazie ad una buona 'presentazione' sul Web le attività possono ottenere un utile incremento nella vendita.

Per questo riteniamo importante coinvolgere le aziende che lavorano nell'ambito di creazione di siti internet per completare la nostra ricerca di mercato.

Le aziende interpellate sono tutte ubicate nella zona della Versilia: dalla costa all'entroterra.

Le agenzie di Web che abbiamo trovato sono state intervistate tutte poiché sono solo una quindicina.

Dobbiamo fare presente infatti che è possibile per un'attività ubicata in Versilia dare incarico per la creazione e gestione del proprio sito web ad un'azienda localizzata per esempio a Milano piuttosto che a Firenze ecc..

Precisiamo inoltre che molte delle attività che operano in questo settore sono liberi professionisti che collaborano con web agency più grandi e/o direttamente con i clienti finali.

Di seguito il Questionario proposto alle 15 Web Agency ubicate nella zona della Versilia.



Questionario Anonimo - Mod QA04 - 08 del 25/10/08

Settore Trasversale in Versilia Web Agency

Ricerca di Mercato sul Fabbisogno Formativo in Versilia

1) La Sua Azienda è disponibile a collaborare con Agenzie Formative presenti nel territorio?

- si
- no

2) La Sua Azienda ospita Stagisti provenienti dal percorso Scuola-Lavoro e/o di Formazione Professionale?

- si
- no

3) Se Si in quale delle seguenti aree?

- Creazione di siti Web
- Web Marketing
- Web Design

4) Nel caso in cui la Sua Azienda ricerchi personale, la preferenza è tra:

- Personale qualificato anche senza esperienza
- Personale senza un titolo di studio valido ma con esperienza

5) La Sua Azienda effettua corsi di aggiornamento continuo ed innovazione nelle IT per dipendenti e/o collaboratori?

- si
- no

6) Le Aziende con cui collabora maggiormente sono di dimensioni?

- Grandi
- Medie
- Piccole

7) Note e suggerimenti

.....

.....

Logica Studio Formazione Srl Via Aurelia Nord, Km 367+257 - Pietrasanta (LU) info@logicastudioformazione.it

Handwritten signature

Proseguiamo con lo studio dei risultati ottenuti per ciascuna domanda posta:

Grafico 7.1 La Sua Azienda è disponibile a collaborare con Agenzie Formative presenti nel territorio?

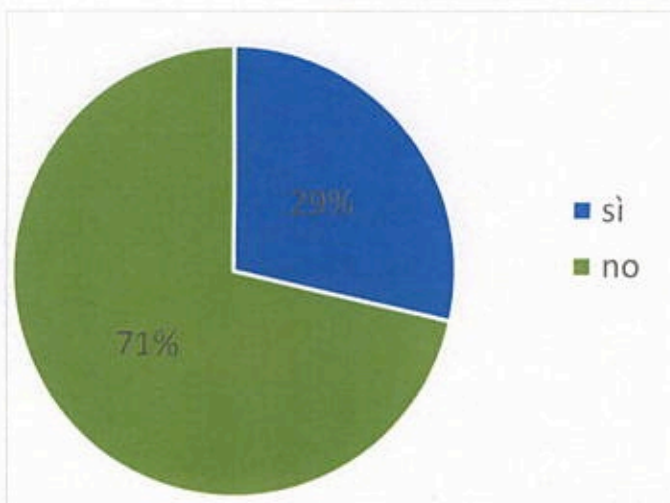
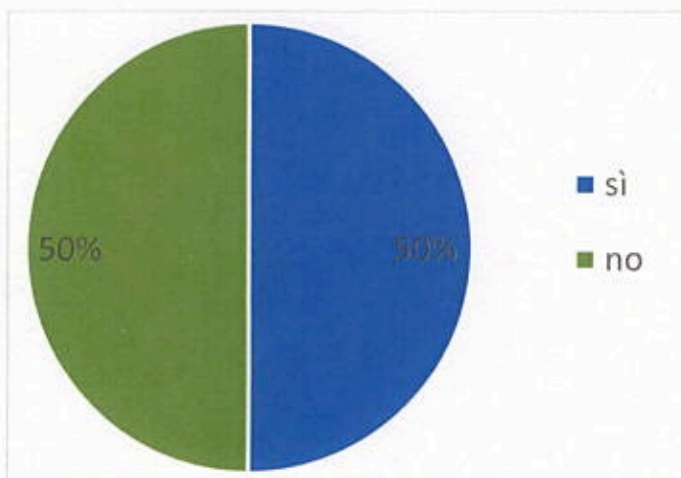


Grafico 7.2 La Sua Azienda ospita Stagisti provenienti dal percorso Scuola-Lavoro e/o di Formazione Professionale?



Handwritten signature in blue ink.

Grafico 7.3 Se Sì in quale delle seguenti aree?

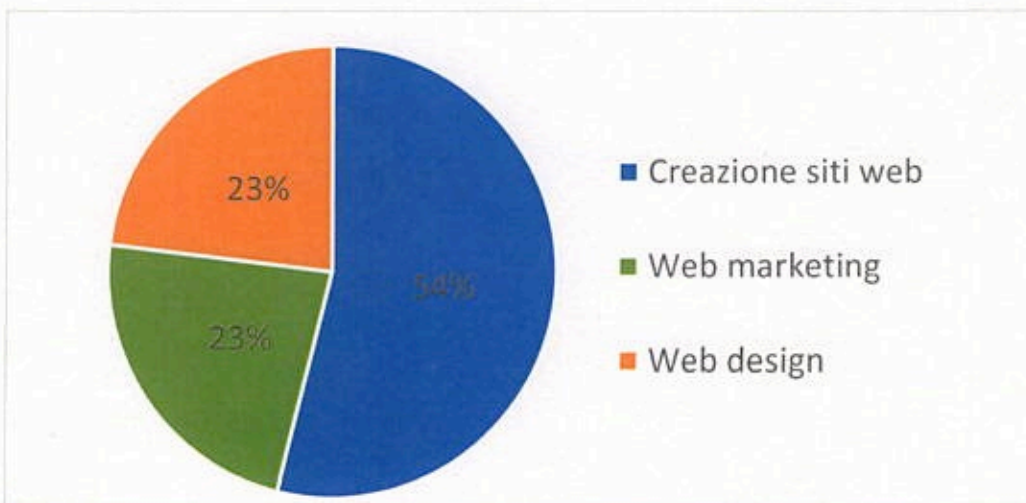


Grafico 7.4 Nel caso in cui la Sua Azienda ricerchi personale, la preferenza è tra:

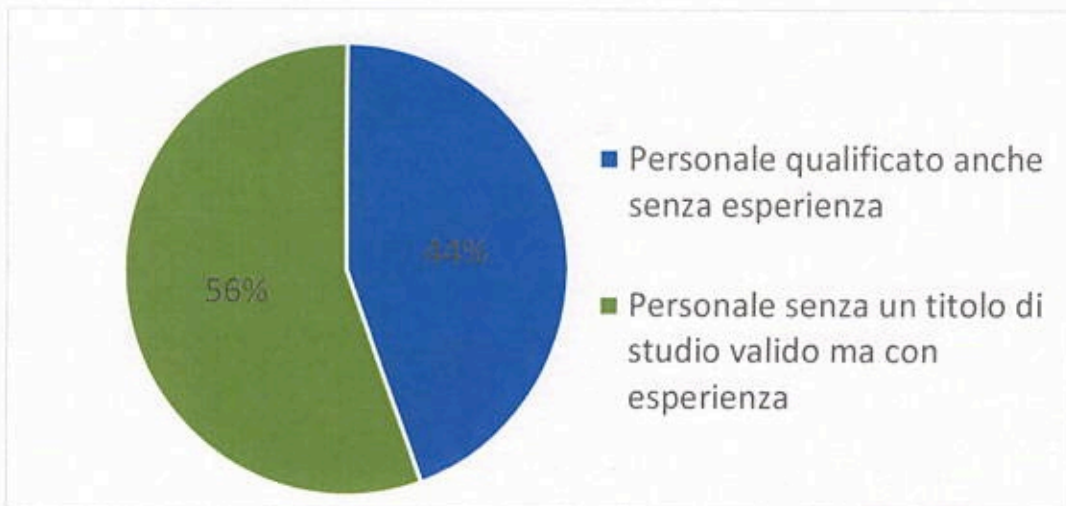


Grafico 7.5 La Sua Azienda effettua corsi di aggiornamento continuo ed innovazione nelle IT per dipendenti e/o collaboratori?

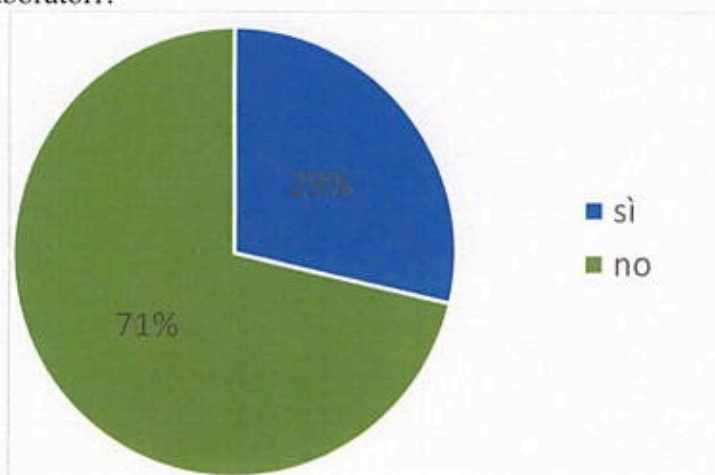
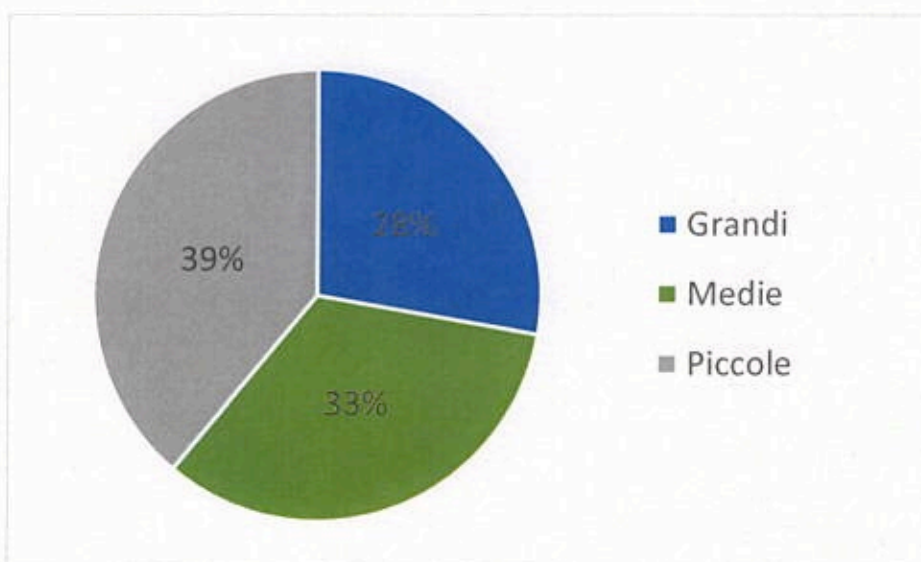


Grafico 7.6 Le Aziende con cui collabora maggiormente sono di dimensioni?



Lucy B.M.

Dal Grafico 7.1 percepiamo che le attività di questo tipo non vogliono essere coinvolte in progetti formativi: ben il 71%. Questo dato è il risultato del fatto che tante di queste attività sono svolte da liberi professionisti e poiché il tempo dedicato all'attività lavorativa può essere svolto solo da loro stessi, dedicare tempo alla formazione è difficoltoso. In questo caso possiamo recuperare questo tipo di utenza con seminari, anche via web, da svolgersi in una sola giornata e/o nel fine settimana come il venerdì e/o il sabato.

Dal Grafico 7.2 troviamo un altro dato non molto positivo: le imprese di questo settore si dividono tra un 50% che ospita abitualmente stagisti sia da percorsi formativi professionali che da tirocini di alternanza scuola-lavoro, in alcuni casi, durante l'intervista è sorto anche il fatto che alcuni studenti provengono da tirocini universitari ed un 50% invece che non ha intenzione di accogliere alcun tipo di studente. Questo è dovuto principalmente dal fatto che il libero professionista non avendo dipendenti non può ospitare tirocinanti ma in alcuni casi è emerso anche il problema di mancanza di spazio.

Gli studenti ospitati vengono impiegati, come da Grafico 7.3, per il 54% nella realizzazione di siti internet professionali attraverso linguaggi di programmazione appropriati ed aggiornati e, a pari merito, per il 23% per il web marketing, come ad esempio creare ed impostare banner pubblicitari in linea con i gusti richiesti dal cliente e nel web design ovvero nell'editare un sito seguendo uno stile grafico piuttosto che un altro secondo sempre i gusti del cliente ma anche del mercato elettronico.

Dal Grafico 7.4 invece possiamo comprendere che l'importanza di avere personale o collaboratori con un titolo di studio e/o una qualifica professionale ma senza esperienza e l'interesse invece di avere un subalterno che ha già maturato una certa esperienza pur non essendo in possesso di un titolo opportuno sono in forte contrasto e quest'ultima prevale del 6%.

Questo significa che il lavoratore già qualificato è importante per l'azienda che vuole assumere e anche questo può essere uno spunto di riflessione per il lavoro della nostra Agenzia Formativa.

Nel Grafico 7.5 abbiamo la conferma di quanto è stato affrontato nel Grafico 7.1.

Che come abbiamo già riscontrato ben il 71% delle agenzie Web non ha intenzione di svolgere corsi di aggiornamento professionale e di innovazione nelle Tecnologie Informatiche per il proprio personale e/o collaboratori.

Questo è dovuto al fatto che buona parte delle agenzie interpellate sono liberi professionisti che quindi non hanno dipendenti e solitamente cooperano con collaboratori esterni che svolgono personalmente corsi di formazione il cui costo è a proprio carico.

Dal Grafico 7.6 infine possiamo capire che le agenzie web da noi interpellate lavorano equamente con aziende di diverse dimensioni: per il 39% con piccole attività come aziende a conduzione familiare, per il 33% con ditte di medie dimensioni e per il 28% con grandi imprese.

Le attività delle Web Agency, specialmente nell'incarico di creazione di siti web personalizzati, sono fondamentali per tutte le tipologie di aziende che quotidianamente offrono beni e servizi nel mercato dell'e-commerce.

La nostra Conclusione.

Grazie all'analisi effettuata siamo riusciti ad individuare due dei settori economici più importanti per la macro area della Versilia riuscendo ad identificare i fabbisogni formativi di cui le aziende coinvolte hanno esigenza.

Abbiamo elaborato più punti di riflessione sui possibili percorsi di formazione professionale da realizzare da parte della nostra agenzia formativa: oltre ai percorsi di qualifica professionale per le Figure Professionali di Addetti e Tecnici nei settori economici trattati abbiamo il compito di realizzare corsi di formazione permanente ovvero di aggiornamento continuo per il personale dipendente poiché dalla nostra ricerca questo risulta essere il punto debole delle aziende del nostro territorio ed uno dei motivi, a parere nostro, per cui la ripresa economica è ancora molto fragile e lenta.

Questo tipo di formazione non sarà rivolta solo ai dipendenti delle aziende ma anche ai disoccupati che desiderano essere reinseriti nel mondo del lavoro: come a persone che hanno bisogno di aggiornare le competenze già possedute perché ricercano un posto di lavoro nello stesso settore in cui erano impegnate in passato ed a disoccupati e/o inoccupati che devono acquisire nuove competenze e riqualificarsi nel caso desiderano lavorare in un settore economico diverso.

Un altro impegno per la nostra Organizzazione sarà instaurare rapporti di collaborazione con le aziende e le istituzioni sia pubbliche che private organizzando focus, workshop, open day e conferenze per elaborare progetti formativi tali da contribuire ad un progresso economico ed a un'espansione positiva del mercato del lavoro.

Ma non solo, perché a Logica Studio Formazione spetta anche un compito arduo ed estremamente complicato come costruire un canale di comunicazione tra le persone che cercano occupazione e le imprese.

Connesione, questa, che ancora resiste a concretizzarsi nel mercato del lavoro dell'attuale realtà economica italiana, per convogliare 'offerta' qualificata e 'domanda' mirata posta dalle aziende e ridurre così il livello di mismatch ovvero del mancato e/o inadeguato incontro tra le stesse.

Pietrasanta, li 27 Dicembre 2018

LogicaStudio
FORMAZIONE S.R.L.
L'AMMINISTRATORE UNICO