



HUMAN TRAINING

Periodica trimestrale - Poste Italiane S.p.A. - Spett.le abbonamento postale
D.L. 352/2003 (conv. L.272/2004 n.46) art.1 comma 1 - CIS MI
€8,00 - chf 13



n. 27 | GIUGNO-LUGLIO 2014
www.humantraining.it



QUANTA FORMAZIONE SI FA IN ITALIA?

L'INDAGINE DI EXPOTRAINING ED EXPOLAVORO & SICUREZZA

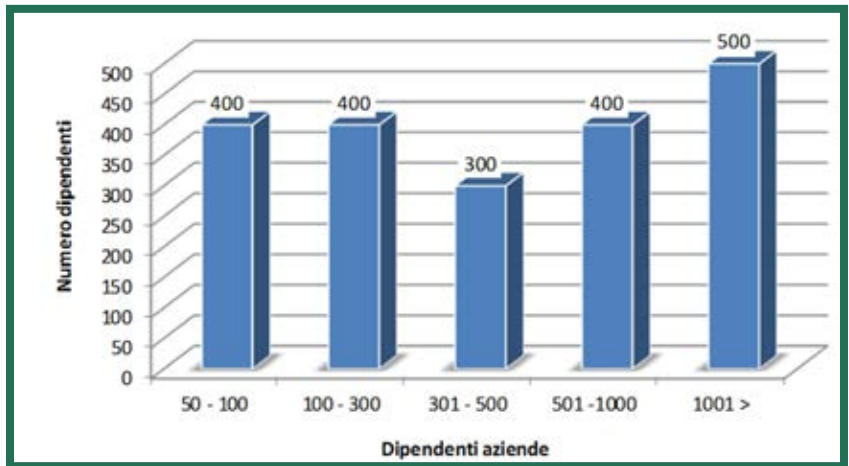


LA FORMAZIONE IN TEMPI DI CRISI: I SOLDI CI SONO, CIÒ CHE MANCA È LA FORMAZIONE!

A cura dell'osservatorio di ExpoTraining ed ExpoLavoro & Sicurezza

Il sistema della formazione non riesce a far percepire al sistema azienda il vero plus derivante dalla formazione, e le aziende, troppo impegnate a gestire a braccio il quotidiano, non vedono quali concreti vantaggi possano derivare dai piani formativi, pertanto tutto il sistema è in sofferenza! Questa è la sintesi della ricerca condotta dall'Osservatorio di ExpoTraining ed ExpoLavoro&Sicurezza. Ma perché avviene ciò?

Certamente, le cause sono da ricercare, in primis, sul fronte del sistema formativo, che non ha saputo innovarsi e soprattutto non ha saputo educare gli interlocutori, intendendo il verbo nel senso etimologico di e-ducere, portare a consapevolezza un sapere all'inizio latente: non ha infatti avviato un processo di socializzazione all'utilizzo delle pratiche formative come elemento impre-



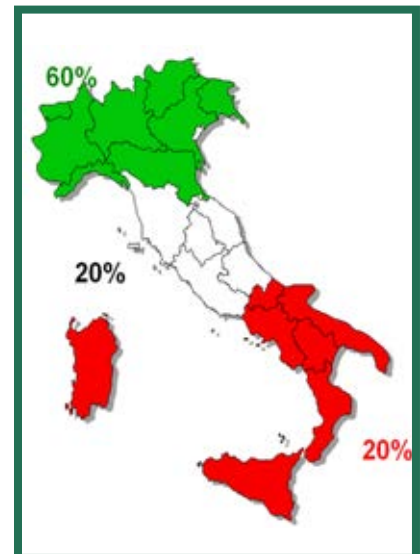
IL GRAFICO RIPORTA IL QUADRO DELLA FORMAZIONE NELLE AZIENDE SECONDO LE LORO DIMENSIONI

scindibile nello sviluppo del Sistema Paese.

Correlativamente, sul versante delle imprese, non si è consolidata una vera coscienza rispetto all'acquisto della formazione poichè il 70% delle imprese avvia programmi for-

Dipendenti	Numero	NORD	CENTRO	SUD
50 - 100	200	60%	20%	20%
100-300	200	60%	20%	20%
301 - 500	200	60%	20%	20%
501 -1000	200	60%	20%	20%
1001 >	200	60%	20%	20%

SEGMENTAZIONE GEOGRAFICA E RELATIVE PERCENTUALI

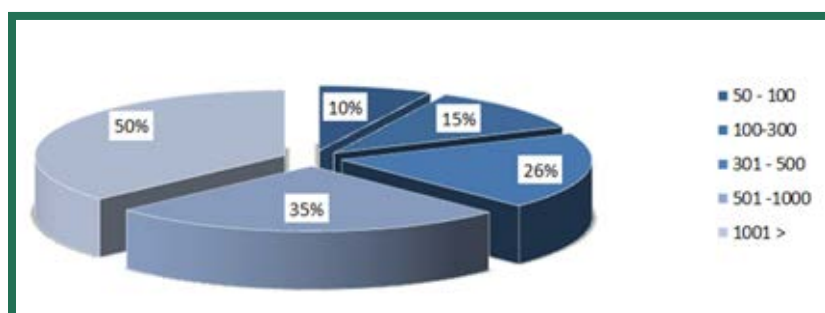


ITALIA E RELATIVE PERCENTUALI DI FORMAZIONE



Dipendenti	Numero	Percentuale di aziende che ha fatto formazione nel 2013	Percentuale di aziende che intende fare formazione nei prossimi 2 anni
50 - 100	200	10%	30%
100-300	200	25%	40%
301 - 500	200	36%	59%
501 -1000	200	45%	60%
1001 >	200	60%	75%

INCREMENTO DELLE AZIENDE CHE NEI PROSSIMI DUE ANNI SONO INTENZIONATE A FARE FORMAZIONE



vedremo che la riflessione ci porterà a individuare una causa più fondamentale del disagio che inficia il mondo della formazione.

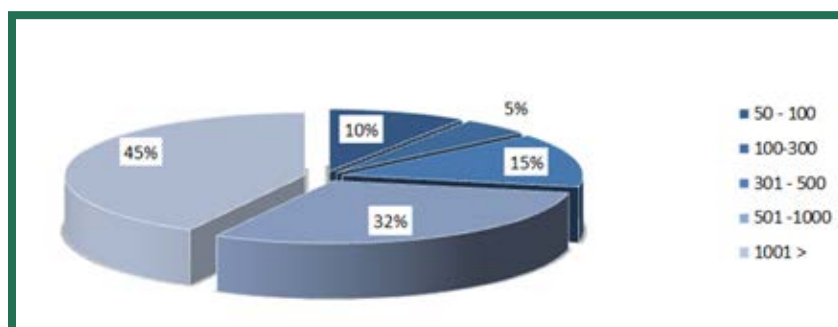
L'universo di riferimento

L'indagine svolta per la realizzazione di questa ricerca è stata concepita attraverso le informazioni fornite

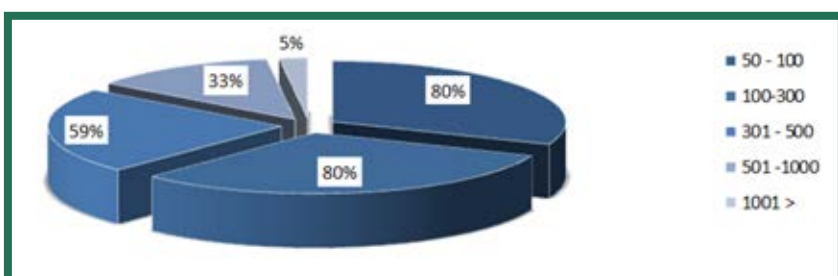
PERCENTUALE AZIENDE CHE HA AVVIATO PROGRAMMI FORMATIVI 2009

mativi, ossia dà corso allo sviluppo della competenza, solo ed esclusivamente se ha accesso al sistema di finanziamento pubblico. E un altro dato preoccupante che emerge è che non tutto il gettito derivante dal versamento del contributo dello 0,30% del monte salari di cui alla legge 388/2003 viene opzionato nei fondi interprofessionali.

Da questa prima eziologia, che presenta le cause più immediatamente evidenti del problema, emerge una complessiva crisi d'identità del settore che ha generato un processo di devianza. Ma, se ci soffermiamo più in particolare sulla fenomenologia di questo processo,



PERCENTUALE AZIENDE CHE INTENDE AVVIARE IN FUTURO PROGRAMMI FORMATIVI

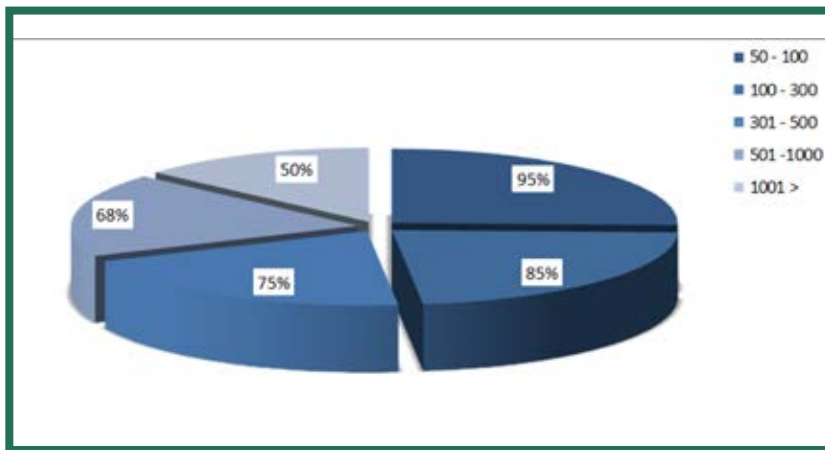


PERCENTUALE AZIENDE CHE NON INTENDE AVVIARE IN FUTURO PROGRAMMI FORMATIVI

da un campione di 1.000 aziende italiane e composto da un universo di circa 500.000 lavoratori. Il target è stato scelto in base al numero dei dipendenti e alle rispettive aree geografiche. Si tratta di aziende di capitali private; non è stata presa in considerazione la pubblica amministrazione.

Dipendenti	Numero	Formazione finanziata	Risorse proprie
50 - 100	200	95%	5%
100-300	200	85%	15%
301 - 500	500	75%	25%
501 -1000	200	68%	32%
1001 >	200	50%	50%

DIPENDENTI AZIENDE IN RELAZIONE ALLA FORMAZIONE FINANZIATA



PERCENTUALE DI FORMAZIONE FINANZIATA USATA DALLE AZIENDE

Questo è l'insieme preso in esame: tutte le aziende che hanno partecipato all'indagine hanno fornito una serie di informazioni sulle proprie attività formative svolte nell'attuale congiuntura negativa.

Quanti fanno formazione?

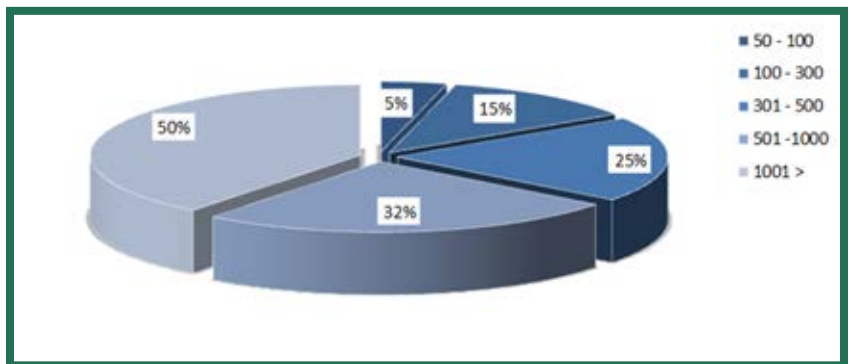
Il quadro che emerge da questa rilevazione ci fornisce un sistema "frenato", soprattutto per quanto concerne la medio piccola impresa, ossia la nervatura del Sistema Paese, nella quale solo il 18% ha attivato, durante l'anno, programmi formativi, e un altro esiguo 10% intende nel prossimo futuro avviare azioni formative. Salendo come dimensioni di grandezza, aumentano le percentuali di utilizzo delle prassi formative.

Attualmente il sistema produttivo non ha il valore aggiunto derivante dalle azioni di formazione e di addestramento.

Una conseguenza di ciò è un'invo-

aziende intervistate (con l'unica eccezione della grande impresa).

Questo andamento lo si riscontra nella seguente, e molto diffusa, persuasione: faccio formazione solo ed esclusivamente se ho dei finanziamenti. Ci troviamo davanti a un mercato drogato, dalle varie linee di finanziamento pubblico che da un lato, esse hanno senz'altro contribuito a promuovere la domanda formativa, ma, dall'altro, hanno "dopato il mercato", ossia non hanno permesso di radicare una cultura imprenditoriale autenticamente



DIPENDENTI AZIENDE IN RELAZIONE ALLA FORMAZIONE EROGATA CON RISORSE PROPRIE

luzione di competitività del sistema Paese in una logica di mercato globale, involuzione dovuta al modesto grado di capitalizzazione delle proprie risorse umane.

Formazione solo con finanziamenti

La ricerca ci consegna un altro punto di riflessione relativo alla destinazione del budget di formazione che è praticamente assente o poco rilevante, nella maggioranza delle

sana, cioè focalizzata sulla capitalizzazione delle risorse umane come asset di differenziazione e sviluppo. Fatta eccezione, difatti, per le aziende più strutturate, che tradizionalmente destinano una percentuale del proprio fatturato alla formazione, la maggior parte delle imprese vincola la realizzazione dell'attività formativa all'ottenimento dei finanziamenti.



Arete Tematiche	Partecipazione
Management	30%
Comunicazione interpersonale	12%
Contabilita e finanza	1,50%
Organizzazione e gestione aziendale	7%
Marketing vendite	36%
Qualita	3,50%
Informatica	15%
Lingue	22%
Giuridico normativa	3%
Tecniche di produzione	9%
Sicurezza	31%

AREE TEMATICHE E PARTECIPAZIONE

Dall'equazione "finanziamento=formazione" scaturisce cosu un atteggiamento mentale deviato, che determina a sua volta un comportamento imprudente per l'azienda. La prima riflessione in tal senso e che le politiche di finanziamento alla formazione devono essere totalmente riscritte, inserendo una condizione grazie alla quale si andrebbe a sviluppare una cultura della formazione continua che prescinde dall'ottenimento del solo finanziamento. Un'ipotesi praticabile, per conferire adeguate basi finanziarie ai piani formativi, e abbinare la parte delle risorse richieste al sistema del finanziamento pubblico a una parte delle risorse economiche messe a disposizione dall'azienda; un'altra idea possibile e introdurre delle agevolazioni fiscali per chi ha deciso

di attivare dei piani di formazione. Cosu operando, come d'altra parte avviene in altri paesi Europei, come, ad esempio, in Francia, si andrebbe a generare nel tempo l'abitudine di allocare budget destinati alla formazione all'interno dei bilanci.

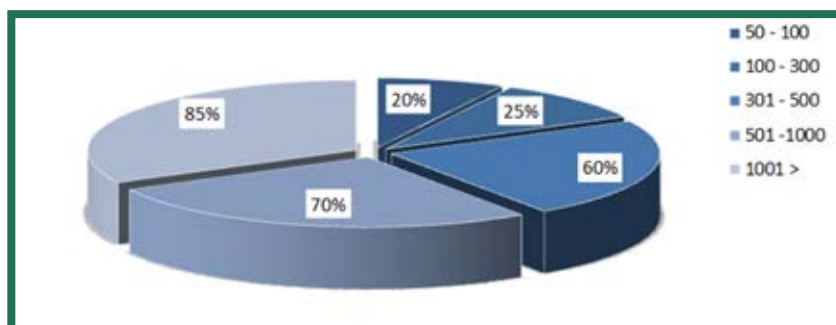
Tematiche formative riscontrate

Come si evince dalle risultanze, in termini di preferenze, si nota una diversificazione dell'approccio tematico molto sbilanciata a favore delle pratiche tipiche dell'addestramento - informatica, lingue, sicurezza, ecc. Tali discipline, molto piu misurabili e tangibili, esibiscono un grado di preferenza notevole.

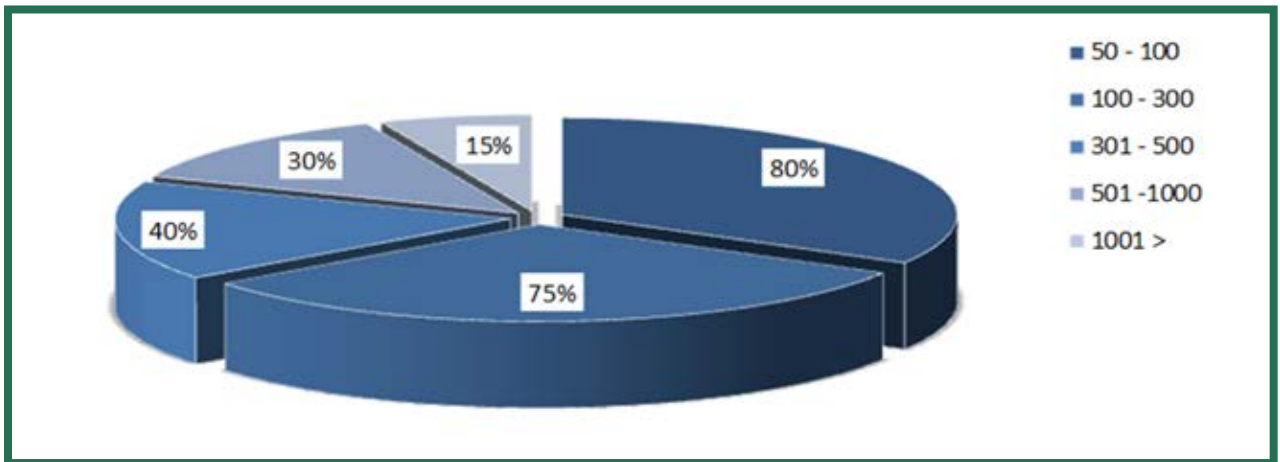
Il che ci porta a constatare che, a livello di cultura e di abitudini formative, le suddette materie, di derivazione prettamente scolastica ed educativa, abbiano piu successo, se paragonate a discipline tipiche dello sviluppo della cultura aziendale, quali il management, il marketing, le vendite, la comunicazione interfunzionale, ecc.

Dipendenti	Numero	Programmi ad hoc	Programmi a Catalogo
50 - 100	200	40%	40%
100-300	200	50%	50%
301 - 500	200	70%	30%
501 -1000	200	70%	30%
1001 >	200	85%	15%

DATI RELATIVI AI PROGRAMMI AD HOC IN RELAZIONE AI PROGRAMMI A CATALOGO



DETTAGLIO DEI DATI SULLA FORMAZIONE AD HOC



DETTAGLIO DEI DATI SULLA FORMAZIONE CON PROGRAMMI A CATALOGO

E, ricercandone le specifiche motivazioni, è ragionevole supporre che le aziende siano indotte ad acquistare le discipline tipiche dell'addestramento poiché esse sono:

- più facilmente comprensibili in termini di criteri tecnici d'acquisto;
- maggiormente verificabili in termini di apprendimento;
- maggiormente stimabili in termini di ROI;
- maggiormente investite di sforzi di innovazione da parte dell'offerta formativa.

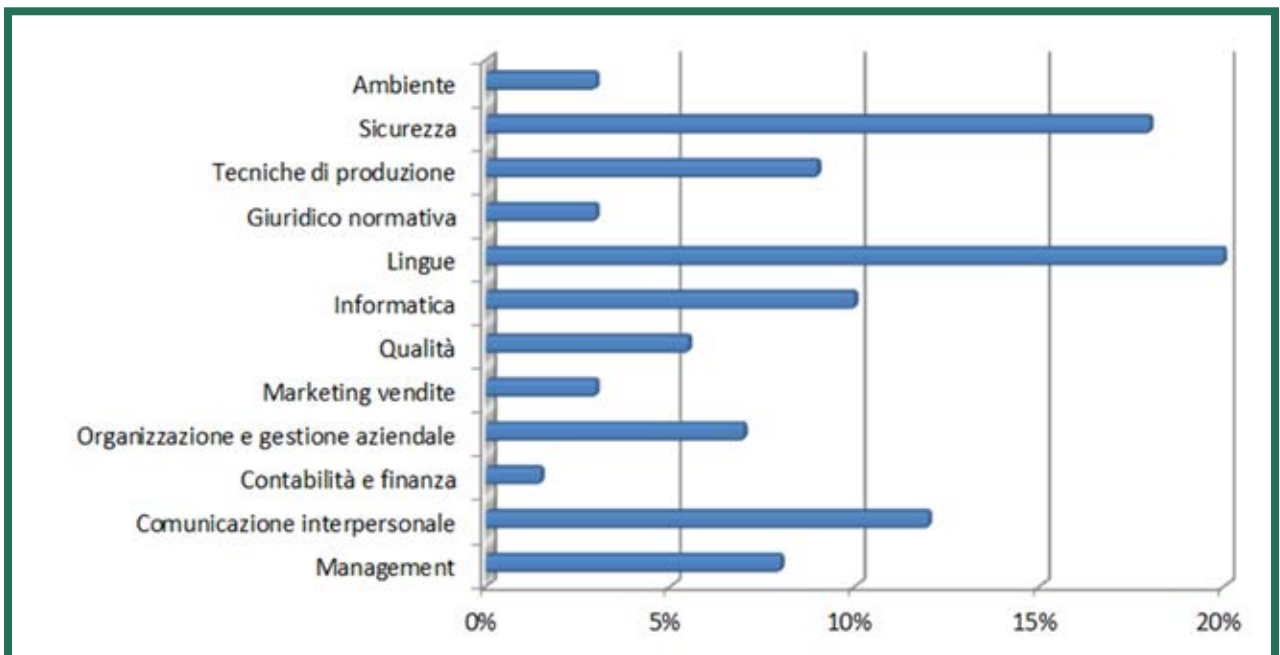
EXPO Training
LA FIERA DELLA FORMAZIONE

EXPO LAVORO & SICUREZZA

LA FIERA DELLA FORMAZIONE DEL LAVORO E SICUREZZA.

Sull'opposto versante delle discipline tipiche della formazione, la stagnazione dell'acquisto potrebbe essere ricondotta a:

- mancanza di azioni di orientamento in seno alla committenza;
- non tangibilità nel breve termine degli apporti formativi;
- non credibilità degli effetti derivanti dall'azione formativa;
- l'elevata offerta di prodotti formativi vetusti;
- non innovazione dell'offerta formativa.





Le nuove frontiere del marketing della formazione

I TRADIZIONALI SISTEMI DI MARKETING FUNZIONANO ANCORA NELLA VENDITA DEI SERVIZI?

A cura di M. Soriani

La contrazione dei finanziamenti pubblici, in particolare quelli regionali afferenti FSE, l'accorpamento delle province, l'aumento della tensione concorrenziale, determina per l'impresa di formazione e dei servizi in generale una nuova ed impellente necessità di implementare nuovi mercati diversi da quelli legati esclusivamente ai finanziamenti regionali. Molti Enti formativi si stanno indirizzando verso segmenti di mercato rappresentati dalle aziende, dai professionisti, dalla P.A., ecc.

Questo è il quadro che emerge dagli ultimi convegni realizzati in occasione di ExpoTraining 2013 - la fiera della formazione-, che evidenzia chiaramente che non tutti gli operatori pertanto sono preparati commercialmente per affrontare le sfide di un mercato molto competitivo. A fronte di questo scenario la dinamica della vendita di formazione non è sempre così lineare come la commercializzazione degli altri servizi. Le tecniche e gli strumenti di marketing tradizionale, alcune volte non sono performanti, anzi portano all'insuccesso ed alla perdita di risorse.

Un mix di strumenti che permette di entrare in contatto con i decisori giusti, esaltare il valore dei

propri corsi e seminari devono essere gli obiettivi principali del nuovo approccio di marketing.

Da una recente ricerca, condotta da ExpoTraining rivolta a 1.000 aziende, finalizzata ad individuare il trend e le aree tematiche maggiormente richieste nella formazione, emerge che giornalmente le direzioni del personale ricevono:

- 30 e-mail promozionali;
- circa 8/10 proposte commerciali;
- 7/8 telefonate per richiedere un appuntamento.

Questa situazione di eccessivo "bombardamento" alza le barriere

del contatto ed "inasprisce i filtri" per parlare con i decisori aziendali, implicando di riflesso maggiori investimenti e scarsi risultati, e di conseguenza diventa molto dispendioso e poco produttivo entrare in contatto con i direttori del personale.

Pertanto si riscontra che la **grande difficoltà, della maggior parte dei formatori, è la qualificazione del cliente ossia entrare in contatto con il decisore che ha il budget e la necessità.** La maggior parte degli enti di formazione ritengono che il processo di vendita diventa davvero facile una volta che si trovano vis a vis con il proprio interlocutore.





Quanto costa l'approccio di marketing tradizionale?

Normalmente si è abituati a contattare i potenziali clienti attraverso una serie di strumenti quali le telefonate a freddo, l'invio di brochure o e-mail, gli appuntamenti.

Analizziamo ora quali sono gli approcci tradizionali per riuscire ad entrare in contatto con il direttore del personale, normalmente si chiama il centralino dell'azienda chiedendo di parlare con chi si occupa di formazione, spesso a questo punto, ci passano la segretaria, e qui nascono le prime difficoltà poiché dobbiamo convincere la stessa a passarci il suo capo, se è disponibile! In buona sostanza mediamente per parlare con un "interlocutore utile" servono dai due a tre tentativi. Fermandoci a rilevare il costo a contatto, solo in questa prima fase stimiamo che la somma del tempo dedicato per poter parlare con l'interlocutore è di circa 30 minuti, per andare al primo appuntamento dedichiamo altri 90 minuti, facendo la somma otterremo 120 minuti ossia 2 ore per scoprire se quel cliente è più o meno interessato a comprare. Condividerete che è un'enormità!

Quanto ci costa contattare il cliente?

EXPO⁶⁶ Training
LA PRIMA DELLA MANIFESTAZIONE

EXPO⁶⁶ LAVORO & SICUREZZA



ExpoTraining ed ExpoLavoro & Sicurezza rappresenta un unico collettore a 360° del sistema della formazione del lavoro e della sicurezza.

Le due manifestazioni, che si svolgeranno in contemporanea, coinvolgeranno tutti gli attori fornendo gli strumenti per consentire lo sviluppo di sistemi integrati e favorire l'incrocio domanda / offerta di lavoro, formazione e cultura alla sicurezza come elemento di prevenzione. Inoltre a partire da quest'anno la manifestazione si svolgerà su 3 giornate con ben 250 convegni e workshop ad ingresso gratuito.

I NUMERI DELLA MANIFESTAZIONE

15.000 mq di area espositiva
300 matching;
5.000 visitatori di cui 3.000 aziende

250 convegni e workshop
130 espositori;
15 sigle sindacali di lavoratori e datoriali;

Continuando la nostra riflessione ipotizziamo una rata media di 40 euro orari il costo d'appuntamento, relativo alla risorsa commerciale, è di 80 euro oltre le spese di trasferta che convenzionalmente attribuiamo a 20 euro per un totale di 100 euro.

Allora, qual è la soluzione?

Il 90% del tempo, dedicato al marketing tradizionale.

Telefonate, appuntamenti, presentazioni, ecc costa un sacco di denaro ed è improduttivo - la montagna partorisce un topolino!!!.

E' necessario invertire la tendenza dedicando il 25% del tempo in azioni di marketing molto mirate grazie al nostro strepitoso Piano di relazioni dinamiche: un mix di appuntamenti selezionati, di PR, di visibilità e di comunicazione che ti permettono di entrare in contatto con chi decide negli acquisti di formazione. In questo modo capitalizziamo gli investimenti di marketing trasformandoli in azioni maggiormente incisive ed efficaci.

La prima banca dati del matching della formazione

ExpoTraining va oltre!! Agevolare i contatti, incrociare la domanda e l'offerta è diventata la nostra ossessione che ci ha permesso di individuare le prime 700 aziende che hanno necessità di acquistare formazione.

Ecco i primi numeri: 736 aziende a partire dai 100 dipendenti in su, giornate di formazione complessivamente richieste 3.890, fatturato €5.800.000.





EXPO 2015: CISL RETI PROMUOVE FORUM INTERNAZIONALE DEL LAVORO

A cura di Flaei Cisl

Forum internazionale del lavoro
Gli attori sociali, coinvolti nell'attuale trasformazione del lavoro nella società globale, percepiscono la complessa interdipendenza che lega le realtà locali alle attuali dinamiche nazionali, europee ed internazionali dei mercati industriali e finanziari. Si avverte, così, l'esigenza di una proposta culturale e formativa di ampio respiro volta a realizzare una partecipazione attiva degli attori sociali per favorire lo sviluppo economico, nella convinzione di dover contribuire con ciò a un processo di avanzamento, personale e collettivo, della società contemporanea. E' per questo che Cisl Reti e le tre Federazioni che ne fanno parte FIT, FISTel e FLAEI, d'intesa con la Cisl Lombardia e la Fondazione Energia, promuoveranno il Forum Internazionale del Lavoro nell'ambito delle iniziative dell'Expo 2015 di Milano. Legandosi al percorso culturale già compiuto dalle due edizioni del Festival Internazionale del Lavoro a Rocca di Papa (RM), il Forum internazionale del lavoro, si affiancherà ad ExpoTraining – la fiera della formazione – ed ExpoLavoro&Sicurezza, che ospiteranno il forum eleggendo Milano quale “Capitale della Formazione del Lavoro e della Sicurezza”, un faro d'indirizzo e di riferimento per tutta l'Eu-

ropa del sud e il bacino mediterraneo. Il programma del Forum Internazionale del lavoro prevede due appuntamenti internazionali, il primo dei quali si svolgerà a Milano l' 1/2/3 ottobre 2014, cui seguiranno altre articolate iniziative comunicative e divulgative, per concludersi con il secondo



appuntamento internazionale previsto per i giorni 3, 4 e 5 giugno 2015. L'iniziativa intende sostenere il valore del lavoro nei processi industriali italiani ed internazionali attraverso una attiva partecipazione delle parti sociali a sostegno dello sviluppo, mettendo a fuoco:

- il nesso tra politiche per lo sviluppo e il radicamento territoriale degli attori sociali per dar vita alla crescita di una economia civile e solidale;
- la dimensione strategica di un capitalismo associativo (anche con l'utilizzo dei Fondi Pensione dei lavoratori) per alimentare i processi partecipativi;
- l'esigenza di una nuova governance nelle Imprese, a partire dalle Reti, per uno sviluppo sostenibile;
- una formazione mirata nelle Aziende e nel territorio a livello nazionale e internazionale.

Expo “Formazione, Lavoro e Sicurezza” rappresenterà una proposta culturale e sociale innovativa di elevato profilo nel più vasto contesto dell'appuntamento mondiale milanese, un momento essenziale della progettualità socio industriale italiana che costituirà anche l'occasione per manifestare la vitalità della Rappresentanza sociale del lavoro come risorsa per il bene comune. Parteciperanno al progetto i maggiori Stakeholders nazionali e internazionali, con il fine di ribadire la centralità dei servizi a rete in una avanzata politica industriale, nel contesto del grande appuntamento dell' Expo 2015 di Milano.

Expo 2015: nutrire il pianeta, energia per la vita

SICUREZZA E SALUTE DELLE POPOLAZIONI E PROTEZIONE AMBIENTALE: ELEMENTI VITALI PER IL PIANETA

A cura di Giancarlo Bianchi Presidente AIAS e V. Presidente CIIP

Expo2015, che si terrà a Milano dal 1° maggio al 31 ottobre 2015, rappresenta la favorevole occasione per riaffermare a livello internazionale che il pianeta per essere vitale, conservato e sviluppato in modo che permetta la sostenibilità delle presenti e future generazioni debba considerare come elementi essenziali di ogni attività il rispetto della sicurezza, della salute, dello stato di benessere fisico, psichico e sociale delle popolazioni e debba garantire la protezione dell'ambiente.

ExpoTraining, ExpoLavoro&Sicurezza in collaborazione con AIAS hanno sviluppato un piano di comunicazione al fine di far diventare la tale manifestazione, che si terrà l'1, il 2 e il 3 ottobre di quest'anno e il 3, il 4 e il 5 giugno nel 2015 in Fiera Milano City, il salone internazionale come vetrina del Lavoro e del Business Etico italiano nel mondo proiettato anche verso i paesi del Mediterraneo e dell'Est Europeo.

Nel 2015 il salone sarà attuato nel periodo e in collegamento con Expo2015 e nell'ambito dei due saloni AIAS organizza la piazza del Lavoro e del Business Etico sapendo che la responsabilità sociale e la so-

stenibilità di un'organizzazione ha come base reale la protezione della sicurezza e della salute dei dipendenti e degli utenti/consumatori e la conservazione dell'ambiente.

Per le istituzioni, le organizzazioni, le imprese, i sindacati, i pro-



Giancarlo Bianchi

fessionisti i rappresentanti dei consumatori è una buona opportunità per istituire in, modo formale la filiera completa di tutte le organizzazioni che hanno un preciso e forte ruolo per promuovere e realizzare gli elementi vitali per il pianeta.

Le tre attività: il lavoro etico, il business etico e la formazione realizzate in modo coerente e sinergico rendono realizzabile un lavoro che genera profitto e che integra nelle normali attività la sicurezza, la salute dei dipendenti e dei consumatori e la protezione dell'ambiente. Oggi abbiamo ricerche, teorie, metodologie e prassi operative, che se applicate correttamente, possono far ottenere risultati apprezzabili rendendo il profitto etico e sostenibile.

L'AIAS insieme alla CIIP (Consulta Interassociativa Italiana per la Prevenzione) in collaborazione con ExpoTraining e ExpoLavoro&Sicurezza intendono, nei tre giorni della manifestazione, organizzare, incontri personali, manifestazioni formative, convegni, tavole rotonde, seminari per promuovere tali valori e per contribuire a realizzare un'efficace azione in tali settori.

Ad oggi, hanno già aderito alla manifestazione ASFOR (Associazione Italiana per la Formazione Manageriale) Aidp - Associazione Italiana Direttori del Personale Cisl, Cgil, Uil, Ugl, Confapi Regione Lombardia, Manager Italia, Federmanager ecc. Aspetto la vostra convinta adesione a questo importante evento.

“NON SIAM
MICA QUI
A PETTINAR
LE BAMBOLE”



Copyright © ExpoTraining S.r.l. - Tutti i diritti sono riservati

EXPO[”]Training
LA FIERA DELLA FORMAZIONE


FIERA MILANO

**EXPO[”]LAVORO
& SICUREZZA**

1 - 2 - 3 Ottobre 2014 | 3 - 4 - 5 Giugno 2015 FIERA MILANO CITY

patrocinato da

