

## **Premessa**

*Costituito in base alle Leggi 388/2000 e 289/2002 ed autorizzato dal Ministero del Lavoro, il Fondo Formazione PMI, come ormai noto, ha lo scopo di finanziare piani formativi aziendali, territoriali e settoriali, con l'obiettivo di accrescere la competitività delle imprese e garantire il permanere della condizione di occupabilità dei lavoratori.*

*La prima campagna per la promozione delle adesioni al FAPI da parte delle aziende sarde risale al trimestre maggio - luglio 2003 ed ha avuto come destinatari gli associati all'API Sarda dislocati su tutto il territorio regionale.*

*Ad essa hanno fatto seguito la costituzione dell'Articolazione Regionale Sardegna, nel luglio 2004 e due ulteriori campagne di marketing per la promozione delle adesioni al Fondo, nel 2004 e nel 2005.*

*Con la seguente analisi ci si propone di studiare, da un lato, l'andamento delle adesioni al FAPI in Sardegna dal 2003 al 2005, anno cui si riferiscono gli ultimi dati aggiornati forniti dall'INPS; dall'altro di esaminare le caratteristiche (settore d'attività, dimensioni ecc) delle aziende che hanno partecipato ai bandi per il finanziamento delle attività di formazione e la tipologia di interventi formativi richiesti.*

*L'Istituto, che attraverso il modello DM10 presentato dalle aziende per ottemperare agli obblighi in materia di contribuzione previdenziale a favore dei dipendenti, riceve le disposizioni di adesione ai Fondi Paritetici Interprofessionali, ha comunicato al FAPI nello scorso mese di febbraio i dati complessivi concernenti le aziende iscritte al 31/12/2005.*

*Elaborando i dati forniti ci si è potuti formare un'immagine più nitida della realtà delle imprese aderenti al FAPI in Sardegna e sulla loro distribuzione territoriale e settoriale.*

*Per quanto riguarda l'accesso da parte delle aziende ai finanziamenti FAPI per lo svolgimento di attività formative a beneficio dei propri dipendenti, si prenderanno in considerazione i risultati in termini di Progetti presentati, risorse utilizzate, aziende e dipendenti coinvolti, a seguito degli Avvisi 1-2004, 1-2005, 1-2006 e 2-2006.*

### Andamento delle adesioni al FAPI in Sardegna dal 2003 al 2006

Concentrata essenzialmente sull'universo delle PMI associate alla API Sarda Regionale, oltre 1.800 ripartite fra le 6 Delegazioni territoriali, la prima campagna di Comunicazione e Marketing ha prodotto esiti decisamente soddisfacenti, assicurando al FAPI l'adesione di 1.067 aziende.

Ciò ha consentito alla nostra regione di collocarsi, nella graduatoria nazionale, in un'ottima posizione sia nei confronti del resto delle regioni italiane in generale (7° posto), che in rapporto a quelle del Mezzogiorno in particolare (2° posto, dopo la Puglia, con larghi margini di distacco da tutte le altre regioni).

Le ragioni di questo *exploit* vanno ricondotte in buona misura al fatto che il Target fosse inizialmente costituito dalla **totalità** delle aziende associate.

Le azioni successive, condotte "per esclusione" sulle imprese che, pur già in larga misura contattate, non risultavano aver aderito al Fondo PMI, non potevano che dare risultati inferiori in valore assoluto, per quanto comunque assai soddisfacenti se considerati in termini d'incremento percentuale.

**Tabella 1**

<b>ANNO</b>	<b>N. AZIENDE</b>	<b>N. DIP.</b>
<b>2003</b>	1067	9458
<b>2004</b>	619	3772
<b>2005</b>	441	4950
	<b>2127</b>	<b>18180</b>
	<b>Totale aziende</b>	<b>Totale dipendenti</b>

**Sardegna: Nuove adesioni al FAPI dal 2003 al 2005**

**Tabella 2**

<b>ANNO</b>	<b>N. AZIENDE</b>	<b>N. DIP.</b>
<b>2004 vs 2003</b>	58%	40%
<b>2005 vs 2004</b>	26%	37%
<b>2005 vs 2003</b>	<b>99%</b>	<b>92%</b>

**Sardegna: Incrementi percentuali adesioni al FAPI dal 2003 al 2005**

Va precisato che parte importante dell'attività di Comunicazione e Marketing si è svolta attivando gli opportuni canali di dialogo con gli ordini professionali che abitualmente operano in spirito di collaborazione con l'associazione, in particolare quello dei Consulenti del Lavoro, ed ai quali si devono le adesioni al FAPI di numerose aziende non associate all'API Sarda (in prevalenza operanti nel Commercio ma anche nei Servizi Socio-Assistenziali, nella Sanità e nel settore dell'artigianato).

### Distribuzione Territoriale

La distribuzione sul territorio regionale delle adesioni al Fondo PMI risente, naturalmente, della distribuzione geografica delle aziende associate all'API Sarda, concentrate per il 50% circa in provincia di Cagliari (Delegazione di Cagliari e Sulcis Iglesiente).

**Distribuzione Territoriale aziende FAPI al 31/10/2005**

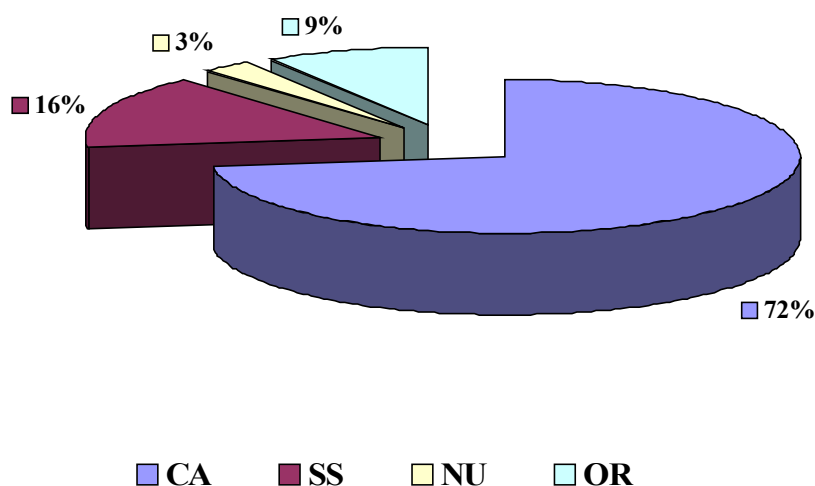


Grafico 1

Questa circostanza, evidenziatasi fin dal 2003, risulta confermata negli anni successivi.

**Tabella 3**

ANNO	AZIENDE (CA)	AZIENDE (SS)	AZIENDE (NU)	AZIENDE (OR)
2003	772	183	23	89
2004	471	39	20	89
2005	306	109	12	14
TOT	1549	331	55	192

**Nuove adesioni dal 2003 al 2005 ripartite per Provincia - Aziende**

Esistono, tuttavia, ampi margini d'incremento anche sugli altri territori (in particolare nelle Provincie di Sassari e Nuoro), dove sono ancora molte le aziende associate che non risultano iscritte al Fondo PMI.

In Provincia di Sassari, ad esempio, attraverso un'azione di comunicazione mirata portata avanti nel corso dell'ultima campagna di Marketing, si è già potuto registrare un incremento percentuale notevole delle adesioni dal 2004 al 2005.

**Tabella 4**

<b>ANNO</b>	<b>AZIENDE (CA)</b>	<b>AZIENDE (SS)</b>	<b>AZIENDE (NU)</b>	<b>AZIENDE (OR)</b>
<b>2004 vs 2003</b>	61%	21%	87%	100%
<b>2005 vs 2004</b>	65%	279%	60%	16%
<b>2005 vs 2003</b>	<b>40%</b>	<b>60%</b>	<b>52%</b>	<b>16%</b>

**Incrementi percentuali nuove adesioni ripartite per Provincia**

### Distribuzione territoriale dipendenti

Data la situazione sopra descritta a proposito della distribuzione delle aziende, anche per quanto riguarda i dipendenti si è assistito, dal 2003 ad oggi, ad una forte concentrazione degli iscritti (80%) sul territorio della Provincia di Cagliari.

**Distribuzione Territoriale Dipendenti Aziende FAPI al  
31/10/2005**

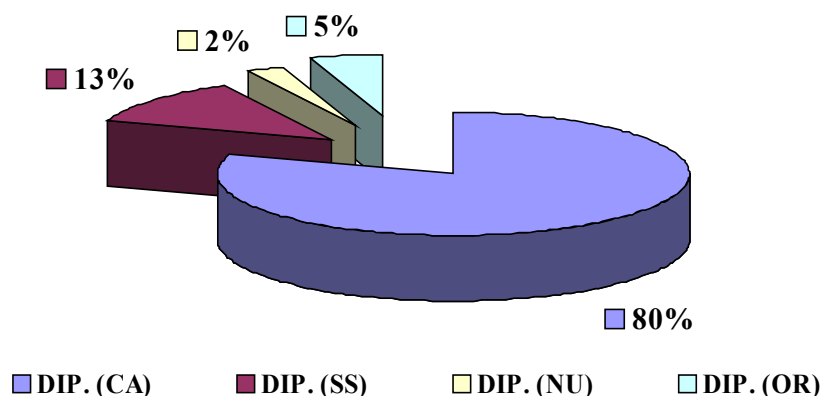


Tabella 5

ANNO	DIPENDENTI (CA)	DIPENDENTI (SS)	DIPENDENTI (NU)	DIPENDENTI (OR)
2003	7383	1310	140	624
2004	3142	225	200	209
2005	3976	779	104	60
TOT	14501	2314	444	893

**Nuove adesioni dal 2003 al 2005 ripartite per Provincia - Dipendenti**

Tabella 6

ANNO	DIPENDENTI (CA)	DIPENDENTI (SS)	DIPENDENTI (NU)	DIPENDENTI (OR)
2004 vs 2003	43%	17%	143%	33%
2005 vs 2004	127%	346%	52%	29%
2005 vs 2003	54%	59%	74%	10%

**Incrementi percentuali nuove adesioni ripartite per Provincia - Dipendenti**

Superfluo sottolineare il fatto che, sia fra gli associati all'API Sarda che al di fuori di questo gruppo, in provincia di Cagliari sono statisticamente presenti più PMI aventi un numero di dipendenti piuttosto elevato.

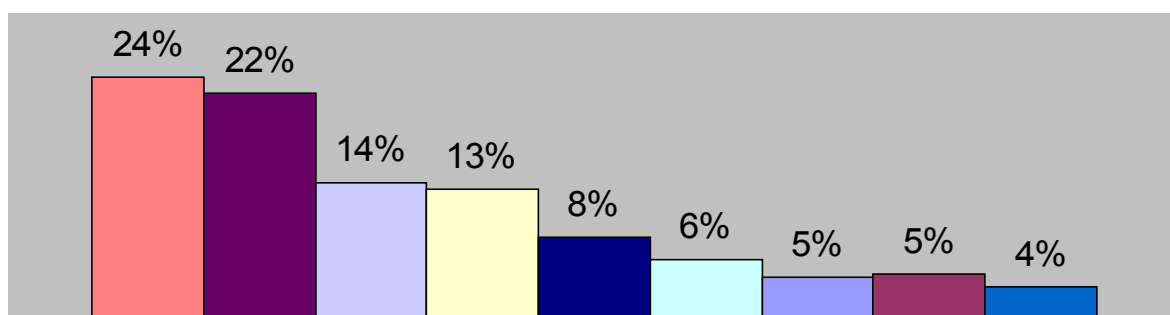
Se, dunque, tendenzialmente, ci si può attendere il protrarsi, anche nei prossimi anni, di una certa sproporzione fra il numero dei dipendenti iscritti al FAPI in provincia di Cagliari e quelli degli altri territori, occorre moltiplicare gli sforzi perché il divario non aumenti, anzi diminuisca, attraverso un significativo incremento delle adesioni nel resto dell'isola.

### Distribuzione per settore d'attività

Considerato sotto il profilo del settore produttivo d'appartenenza, rilevabile attraverso i codici ISTAT forniti dall'INPS, l'universo delle aziende aderenti al FAPI nella nostra Regione, rispecchia, nell'insieme, la composizione delle aziende associate all'API Sarda, con da una larga base costituita da imprese del settore edile (24%) ed una notevole concentrazione nei settori metalmeccanico (14%) e dei servizi alle imprese (13%). Si registra altresì una buon numero di aziende nei settori alimentare ed estrattivo (8%) ed un rimanente 20% di adesioni equamente ripartite fra i settori trasporti, servizi alla persona, sanità, produzioni elettriche/elettroniche.

Fanno eccezione, rispetto alla composizione per settore delle aziende API Sarda, i dati relativi al macro settore Commercio/alberghi/ristoranti, all'interno del quale si registrano, evidentemente, le adesioni di numerose aziende non associate.

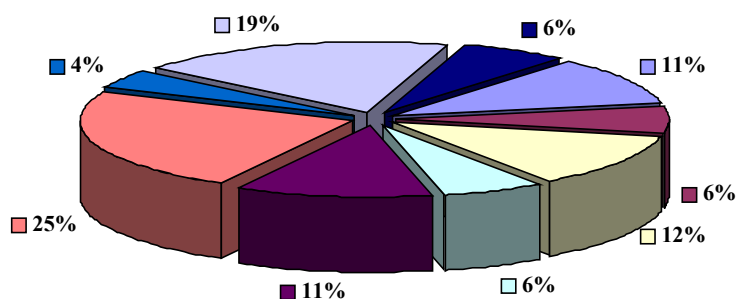
**Aziende FAPI al 31/10/2005 - distribuzione per settore**



- Produzione e distribuzione energia elettrica, gas, acqua; Costruzioni
- Commercio ingrosso-dettaglio, alberghi e ristoranti
- Fabbric./lavorazione prodotti in metallo; industria del legno
- Attività immobiliari, noleggio, informatica, ricerca, servizi alle imprese
- Industrie estrattive, industrie alimentari, altre attività manifatturiere
- Trasporti, magazzinaggio, comunicazioni, attività finanziarie
- Altri servizi pubblici, sociali e personali
- Sanità e assistenza sociale
- Fabbricaz. macchine/apparecch. Elettriche/elettroniche/ottiche; recupero/prep. per il ricicl.

La distribuzione dei dipendenti per settore risente, naturalmente, di quella delle aziende. La maggior parte dei dipendenti si rinvengono nel settore costruzioni (25%) e nelle PMI metalmeccaniche (19%), con percentuali piuttosto elevate anche nei servizi ed nel commercio (rispettivamente 12% e 11%). Il settore dei servizi sociali ed alla persona pur rappresentando “solo” il 5% delle aziende, è caratterizzato da un elevato utilizzo di risorse umane: per questo, in termini di dipendenti, raggiunge l’11% degli iscritti, superando il comparto alimentare ed estrattivo (6%), i settori trasporti (6%), sanità (6%) e le industrie di produzioni elettriche ed elettroniche.

**DIPENDENTI Aziende FAPI al 31/10/2005 - distribuzione per settore**



- Altri servizi pubblici, sociali e personali
- Sanità e assistenza sociale
- Attività immobiliari, noleggior, informatica, ricerca, servizi alle imprese
- Trasporti, magazzinaggio, comunicazioni, attività finanziarie
- Commercio ingrosso-dettaglio, alberghi e ristoranti
- Costruzioni; Produzione e distribuzione energia elettrica, gas, acqua
- Fabbric. Macchine/apparecch. Elettriche/elettroniche/ottiche, recupero e prep.per il riciclaggio
- Fabbric./lavorazione prodotti in metallo; industria del legno
- Industrie estrattive, industrie alimentari, altre attività manifatturiere

Le informazioni relative alla distribuzione per settore d’appartenenza, oltre a fornire uno spaccato sulla realtà delle imprese aderenti, utile, in particolare, per la messa a punto di una corretta strategia di Comunicazione e Marketing, dovranno essere utilizzate dal FAPI per la formulazione di Piani Formativi rispondenti alle esigenze aziendali, non solo per il soddisfacimento di fabbisogni formativi già rilevabili nei diversi contesti produttivi ma anche per anticipare le esigenze di formazione stimolando le imprese a percorrere strade innovative e di sviluppo qualitativo delle professionalità interne.

### Le attività formative finanziate

Il bilancio delle attività formative rese possibili finora attraverso i finanziamenti erogati dal FAPI a beneficio delle aziende isolate che aderiscono al Fondo PMI, per quanto certamente suscettibile di grandi miglioramenti, è positivo.

Le aziende che hanno usufruito delle risorse bandite dal FAPI attraverso gli Avvisi pubblicati dal 2004 ad oggi sono **390**, mentre ammonta a **999** il numero di dipendenti che hanno partecipato, ovvero parteciperanno nei prossimi mesi, alle attività formative (64 corsi, in totale), per la maggior parte assistite dall'Isfor API, Istituto di Formazione dell'API Sarda, ed a € **958.802,53** il totale dei finanziamenti richiesti.

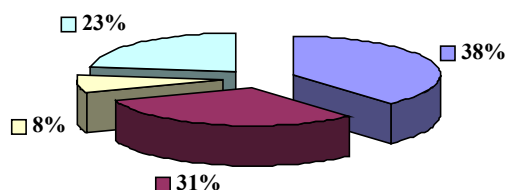
**Tabella 7**

	Nr. Piani	Nr. Progetti	Nr. Aziende	Nr. Lavoratori	Finanziamento	Risorse stanziare	Non Utilizzati
Avviso 1-2004	1	10	62	174	€ 173.516,80	€ 182.613,54	€ 9.096,74
Avviso 1-2005	3	16	129	246	€ 287.371,87	€ 305.716,28	€ 18.344,41
Avviso 1-2006	5	21	72	308	€ 210.335,53	€ 285.000,00	€ 74.664,47
Avviso 2-2006	4	17	127	271	€ 287.578,33	€ 289.000,00	€ 1.421,67
<b>Totale</b>	<b>13</b>	<b>64</b>	<b>390</b>	<b>999</b>	<b>€ 958.802,53</b>	<b>€ 1.062.329,82</b>	<b>€ 103.527,29</b>

**Finanziamenti FAPI in Sardegna dal 2004 al 2006**

I Piani Formativi, ovvero l'insieme degli interventi formativi programmati in seguito agli Avvisi pubblicati dal 2004 ad oggi, si sono quasi equamente ripartiti fra *Interaziendali* (38%, rivolti ai dipendenti di aziende diverse) e *Aziendali* (31%, nati per rispondere a specifiche esigenze formative di una singola realtà produttiva, caratterizzata da un elevato numero di dipendenti). Importante, in percentuale, anche la richiesta di Piani Settoriali (23%), studiati sulle comuni esigenze di crescita della competitività di PMI appartenenti allo stesso comparto.

**Piani Formativi FAPI dal 2004 al 2006**



■ INTERAZIENDALI ■ AZIENDALI ■ TERRITORIALI ■ SETTORIALI

### I temi trattati

Esclusi dal computo quella parte dei corsi (12 in tutto) aventi ad oggetto temi di esclusivo interesse di alcune singole aziende, tendenti all'acquisizione di particolari specializzazioni legate all'utilizzo di nuovi macchinari (ad es. in materia di meccanica) o all'aggiornamento del personale in particolari settori (sanitario, socio assistenziale ecc.), l'attività formativa finanziata dal FAPI si è sviluppata all'interno di 7 aree tematiche.

**Tabella 8**

	<i>SICUREZZA</i>	<i>QUALITÀ</i>	<i>INGLESE</i>	<i>INFORMATICA</i>	<i>CONTABILITÀ</i>	<i>COMMERCIALE</i>	<i>GESTIONE AZ.</i>	<i>tot</i>
<i>Nr. corsi</i>	20	5	9	6	6	3	3	52
<i>%</i>	38%	10%	17%	12%	12%	6%	6%	100%

Attività formativa FAPI dal 2004 al 2006: aree tematiche

Come si può chiaramente constatare, le tematiche della **Sicurezza** sono state, finora, quelle più trattate (38% dei corsi), il che attesta l'esigenza diffusa di un accrescimento del personale delle PMI e delle micro-imprese (quelle con meno di 10 dipendenti, numerosissime in questi corsi) in termini di *cultura della sicurezza sul lavoro*, ma si registra altresì un'incidenza notevole della richiesta di formazione (soprattutto di livello base ed intermedio) relativamente a materie quali la **Lingua inglese** e l'**Informatica**.

E' lo specchio, evidentemente, della necessità delle nostre aziende di colmare una serie di lacune formative che rendono difficoltoso, ad oggi, il dialogo con un mercato (clienti, concorrenti, fornitori ecc.), non più racchiuso entro limiti geografici, ma sempre più aperto, grazie soprattutto alla *Rete*, sia sotto il profilo degli svantaggi (specie in termini di concorrenza esterna) che delle opportunità.

Se, inoltre, la **Contabilità** e il **Commerciale** rimangono due capisaldi (12% e 6%) dei fabbisogni formativi avvertiti dalle imprese, si fanno strada, ancora lentamente fra le PMI, anche le tematiche che riconducono alla **Qualità** (10%), a cui si dimostrano più sensibili le aziende già abituate al confronto con l'estero (è il caso, ad esempio, del settore agro alimentare) ovvero quelle che si trovano ad operare in un contesto di regole imposte a livello nazionale ed internazionale per determinate produzioni o per la partecipazione a Bandi o a Gare d'Appalto (si pensi al settore edile).

E' interessante notare, infine, l'adesione delle aziende, anche molto piccole, ai corsi in materia di **Gestione aziendale** (6%), sia amministrativa che comportamentale (*Problem Solving, Time Management* ecc.). Ciò fa pensare che, superata la *necessità* di *adeguarsi* culturalmente per non uscire dal mercato o per ottemperare ad obblighi normativi, le PMI sarde, nonostante le piccole

dimensioni, sono disposte a mettersi in discussione sotto il profilo organizzativo interno affrontando con apertura temi all'apparenza riservati a contesti produttivi più strutturati.

### **Le prospettive**

La *missione* dell'Articolazione FAPI Sardegna è, in prospettiva, duplice.

Si tratterà, da un lato, di adottare un Piano di Comunicazione e Marketing che, andando necessariamente oltre i confini dell'API Sarda (al cui interno, come già illustrato, occorre comunque recuperare adesioni, specie nelle Province di Sassari e Nuoro), consenta di aggredire un *mercato*, quello delle aziende non associate, ancora ampiamente disponibile.

Ciò significherà cercare il contatto diretto con gli imprenditori, continuando a coltivare, per altro verso, le relazioni con gli Ordini Professionali, ottimo tramite fra il FAPI e le aziende.

Sarà necessario, in secondo luogo, approfondire i rapporti con le imprese che hanno già aderito al Fondo PMI, sia per raccogliere la domanda di formazione già esistente, che per stimolare una *cultura della formazione* in grado di accompagnare un generale processo innovativo, necessario per garantire competitività al nostro sistema economico e condizioni favorevoli all'occupabilità dei lavoratori.