

frequentemente forme di collaborazione e di network sul territorio con università, istituti di ricerca e di trasferimento tecnologico.

Anche la normativa comunitaria pone un forte accento sull'esigenza di incrementare gli investimenti pubblici e privati in conoscenza e innovazione, che infatti rappresentano, nella strategia di Europa 2020, i presupposti di una crescita intelligente, sostenibile e inclusiva dell'economia e della società. Il miglioramento della qualità dell'istruzione, il potenziamento della ricerca, la promozione dell'innovazione e del trasferimento tecnologico rappresentano obiettivi che possono essere raggiunti attraverso una strategia integrata, capace di agire contemporaneamente sui fronti dell'innovazione, dell'istruzione, della formazione e dell'apprendimento permanente. E' questo il percorso indicato dai documenti comunitari per migliorare i risultati nel settore dell'istruzione, la qualità dell'offerta di formazione professionale e il rendimento degli organismi formativi.

L'indagine ha quindi l'obiettivo di analizzare la spesa delle imprese in attività mirate allo sviluppo del proprio 'capitale immateriale', al fine di studiare la relazione esistente tra i processi di innovazione e le strategie dirette alla formazione del personale. Tale approccio si basa sull'ipotesi che le attività innovative delle imprese siano fondate su strategie integrate di investimento in beni capitali e in beni immateriali. Tra questi ultimi, un ruolo centrale spetta all'investimento in risorse umane, con effetti diretti sulla competitività e quindi sui risultati economici dell'impresa. Per questo motivo si è ritenuto di dover indagare empiricamente tali effetti e il ruolo degli investimenti in formazione congiuntamente agli altri "asset" intangibili.

È stata predisposto un impianto di indagine essenziale ma sistematico che, per la prima volta, rileva contemporaneamente, nella medesima impresa, i diversi livelli di spesa in capitale immateriale e la prospettiva temporale dei benefici prodotti da tali investimenti. Oggetto specifico della rilevazione, che ha coinvolto le imprese italiane con almeno 10 addetti, avendo come anno di riferimento il 2012, sono alcune attività normalmente associate a processi di innovazione: formazione aziendale, acquisizione di software, investimenti in reputazione aziendale, immagine e marchi, ricerca e sviluppo, attività di design, organizzazione aziendale e miglioramento dei processi gestionali e produttivi e altre attività di sviluppo di attività intangibili.

### **3.2 *La propensione delle imprese italiane all'investimento in formazione aziendale***

Nell'attuale competizione globale, il capitale umano, il capitale organizzativo e quello relazionale delle imprese contribuiscono in maniera rilevante al patrimonio strategico dell'azienda. L'impresa virtuosa sa gestire il proprio capitale intellettuale, investendo sui processi organizzativi e gestionali e favorendo un ciclo virtuoso che conduce all'innovazione. Per affrontare i cambiamenti provocati dalla crisi, l'economia della conoscenza necessita di incrementare le capacità intangibili, anche al fine di non perdere definitivamente, a causa della crisi, le competenze acquisite nel tempo.

Le imprese che in questi anni di crisi economica hanno individuato nuovi mercati e soluzioni per diversificare il business lo hanno fatto investendo anche nelle risorse lavorative. Un approccio invece nella direzione opposta spesso è il segnale che le imprese non dispongono di strategie, soluzioni e risorse da mettere in atto. In molte aziende innovative gli investimenti intangibili costituiscono già oggi il più importante fattore competitivo e la parte maggiore del proprio valore di business.

Il tasso di incidenza delle imprese che hanno investito in formazione aziendale<sup>38</sup> sul totale delle imprese (con almeno 10 addetti) si attesta, nel 2012, al 50,2%, con un valore che aumenta nelle regioni settentrionali, specie in quelle di Nord-Est (55%). Nelle altre aree, invece, si delinea una propensione inferiore e ciò vale particolarmente per il Sud dove le imprese con attività di formazione sono il 37,3%. Le imprese tendono ad investire soprattutto in corsi di formazione (45,8%), decisamente meno nelle altre attività<sup>39</sup> (20,3%). A livello di ripartizione geografica, si manifesta un'elevata variabilità dei valori relativi alla modalità con cui viene erogata la formazione. Se si considerano i corsi, l'incidenza varia dal 51,4% per le regioni Nord-orientali al 32,7% per quelle meridionali; pure per le attività non corsuali il Nord-Est vanta il dato più elevato con il 22%, ma in questo caso la distanza dal Sud - che si caratterizza ancora una volta per la propensione meno sostenuta - è pari a soli 6,8 punti percentuali. (tab. 3.1).

*Tabella 3.1 - Imprese che investono in formazione aziendale, per ripartizione geografica. Anno 2012 (val. %)*

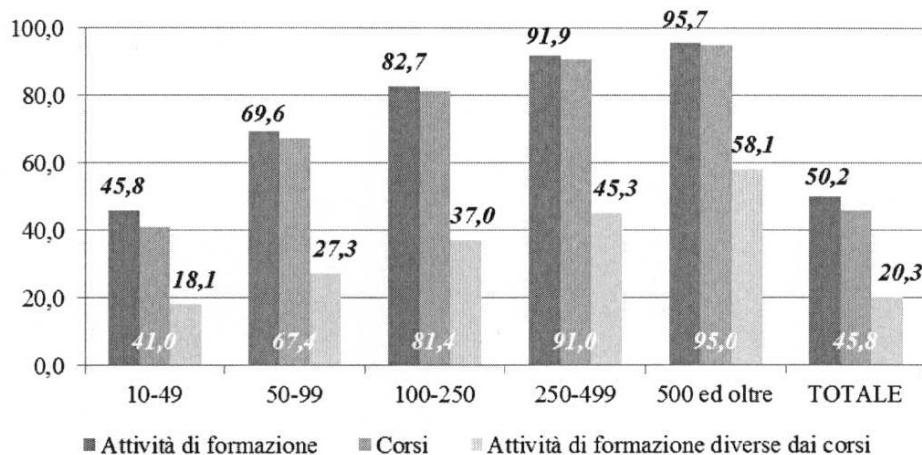
Ripartizione geografica	Imprese con attività di formazione	Imprese con corsi	Imprese con altre attività
Nord-Ovest	53,0	48,6	21,5
Nord-Est	55,0	51,4	22,0
Centro	46,5	41,0	18,9
Sud ed Isole	37,3	32,7	15,2
<b>TOTALE</b>	<b>50,2</b>	<b>45,8</b>	<b>20,3</b>

Fonte: ISFOL "Rilevazione statistica sugli investimenti intangibili delle imprese (Intangible Assets Survey)"

Rispetto al dato complessivo (fig. 3.1), il tasso di incidenza evidenzia un valore più basso solamente per le imprese più piccole (45,8%). Per le altre classi si osservano percentuali ben più elevate che vanno dal 69,6% per la fascia 50-99 al 95,7% per le imprese di più grande dimensione. La distanza che separa le imprese poste alle estremità della distribuzione tende ad aumentare in relazione ai corsi ed attenuarsi leggermente se si considerano le altre attività (da 54 a 40 punti percentuali a favore delle imprese con 500 ed oltre addetti).

<sup>38</sup> La definizione di formazione aziendale adottata è quella utilizzata dalle indagini Eurostat, in materia di statistiche sulla formazione, in linea con quanto previsto dalle normative comunitarie. La formazione aziendale è quella decisa e organizzata dall'impresa, finanziata, in tutto o in parte, dall'impresa, finalizzata all'acquisizione di nuove competenze lavorative o allo sviluppo e al miglioramento delle competenze esistenti degli addetti dell'impresa, distinta dal tempo di lavoro e svolta mediante l'intervento di un formatore o l'utilizzo di attrezature.

<sup>39</sup> La formazione aziendale può essere erogata attraverso due modalità: i *corsi di formazione*, svolti in strutture distinte dal posto di lavoro, ubicate all'interno o all'esterno della struttura produttiva, a gestione interna o esterna: nel primo caso, sono progettati e gestiti dall'impresa, che definisce organizzazione e contenuti; nel secondo, sono progettati e gestiti da soggetti esterni, responsabili dei contenuti. Gli *altri modi di fare formazione* hanno un minor grado di strutturazione, in quanto il lavoratore non frequenta lezioni frontali: *training on the job* (attività pianificata e organizzata in cui un docente facilita l'acquisizione di competenze operative sul luogo di lavoro, insegnando ad utilizzare gli strumenti di lavoro tramite esperienza pratica), *rotazione programmata nelle mansioni* (acquisizione di competenze mediante l'alternanza con altri lavoratori nello svolgimento di una serie di mansioni lavorative), *apprendimento mediante la partecipazione a convegni, workshop, ecc.* (partecipazione ad eventi culturali che non hanno una diretta finalità formativa, ma che rappresentano comunque un'occasione di acquisizione di conoscenze), *autoapprendimento* (attività di formazione decisa e finanziata dall'impresa, dove chi apprende decide tempi e luoghi dell'apprendimento), *partecipazione a circoli di qualità o a gruppi di auto-formazione*.

*Figura 3.1 - Imprese che investono in formazione aziendale, per classe dimensionale. Anno 2012 (val. %)*

*Fonre: ISFOL "Rilevazione statistica sugli investimenti intangibili delle imprese (Intangible Assets Survey)"*

A livello settoriale, tanto per l'industria quanto per i servizi la propensione alla formazione risulta sostanzialmente in linea con la media (tab. 3.2). Entrando nel dettaglio delle imprese terziarie, si osserva una maggiore dinamicità per quelle finanziarie ed assicurative (90,8%), oltre che per le attività professionali (71,5%) e per le telecomunicazioni (61,9%); considerazione opposta vale per le imprese del commercio per le quali si ha un 44,4%. Se si esamina invece il macro-settore secondario, emergono, in negativo, le performance assunte dal comparto del mobile (38,5%) e soprattutto da quello del tessile che evidenzia una quota di imprese formatrici inferiore al 30%. Tutti gli altri compatti fanno invece registrare una propensione più sostenuta e ciò vale soprattutto per le *Public Utilities* che evidenziano la più elevata incidenza di imprese - relativamente all'industria - che investono nell'aggiornamento e nell'ampliamento delle competenze degli addetti, con poco meno del 70% dei casi. È comunque apprezzabile l'organizzazione di attività di formazione nella produzione di apparecchi meccanici, con una percentuale più alta di 7,2 punti rispetto al dato generale.

Il tasso di incidenza dei corsi di formazione risulta sostanzialmente analogo per le imprese industriali e per quelle terziarie; se invece si esaminano gli altri modi di fare formazione si profila un'incidenza di imprese formatrici più elevato nel terziario piuttosto che nel secondario (22,3% versus 18,9%). Per tutti i compatti analizzati è più consistente la quota delle imprese che investono in attività corsuali; la distanza rispetto al peso delle altre attività - che a livello complessivo si situa a 25,5 punti percentuali - sale in riferimento a determinati compatti quali la finanza e le *Public Utilities* (rispettivamente, 45,1 e 43,8 punti percentuali), oltre che, sebbene in misura minore, per attività professionali ed industrie alimentari. Al contrario, le due incidenze tendono ad allinearsi soprattutto per il tessile, il comparto del mobile e le telecomunicazioni.

*Tabella 3.2 - Imprese che investono in formazione aziendale, per settore economico. Anno 2012 (val. ass. e val. %)*

<b>Settore economico</b>	<b>Imprese con attività di formazione</b>	<b>Imprese con corsi</b>	<b>Imprese con altre attività</b>
<b>INDUSTRIA</b>	<b>49,9</b>	<b>46,0</b>	<b>18,9</b>
<i>di cui:</i>			
Industrie alimentari e del tabacco	59,5	55,7	21,1
Tessile e abbigliamento	28,1	23,4	10,3
Industria chimica, farmaceutica, gomma, plastica	57,5	52,6	22,7
Produzione di metalli e prodotti in metallo	51,4	48,9	17,8
Apparecchi meccanici, elettrici, elettronici	57,4	53,8	22,3
Legno, mobili e altre industrie manifatturiere	38,5	33,7	15,9
Fornitura di elettricità, gas, acqua e gestione rifiuti	69,2	67,4	23,6
<b>SERVIZI</b>	<b>50,5</b>	<b>45,5</b>	<b>22,3</b>
<i>di cui:</i>			
Commercio	44,4	39,1	19,6
Telecomunicazioni, editoria, informatica	61,9	53,6	35,6
Servizi finanziari, assicurazioni e fondi pensione	90,8	89,8	44,7
Attività professionali, scientifiche, tecniche	71,5	66,1	33,9
<b>TOTALE</b>	<b>50,2</b>	<b>45,8</b>	<b>20,3</b>

Fonte: ISFOL "Rilevazione statistica sugli investimenti intangibili delle imprese (Intangible Assets Survey)"

Dall'indagine emerge una chiara tendenza all'esternalizzazione del processo formativo: gran parte delle imprese che hanno organizzato corsi di formazione (81,5%) ne ha affidato la gestione a soggetti esterni. La propensione ad investire in corsi esterni si rileva inversamente correlata alla dimensione aziendale. Il 46,7% delle imprese da 10 a 49 addetti ha organizzato solamente corsi esterni con un valore che si contrae quando cresce l'ampiezza aziendale, sino ad arrivare ad un minimo del 19,8% per le grandi imprese. In altre parole, al crescere del grado di complessità dell'organizzazione produttiva, aumenta la necessità di investire contestualmente su tutte e due le modalità di formazione. Con riferimento al settore economico (tab. 3.3), a livello aggregato, i servizi mostrano una tendenza più robusta all'esternalizzazione dei corsi di formazione (84,3% versus 79,6% dell'industria). Indipendentemente dal macro-settore di appartenenza, quindi, prevalgono le imprese che affidano a soggetti esterni l'organizzazione di corsi di formazione con valori che a volte superano la soglia del 90%, come per le attività professionali. Più variabile l'incidenza inerente i corsi interni e ciò può dipendere, soprattutto, dalla diversa composizione dei settori in termini di classe dimensionale. Infatti, nei servizi finanziari ed assicurativi, caratterizzati da una maggiore presenza di imprese sopra i 250 addetti, aumenta significativamente il peso delle attività interne, che arriva a coinvolgere il 72,7% del totale delle strutture aziendali; medesima considerazione vale per le telecomunicazioni e per l'industria chimica e farmaceutica, sebbene in questi casi ci si attesti ad un livello un po' più basso (intorno al 64%). Una dinamica opposta la si rinvie invece per il comparto del tessile: ogni 100 imprese formatrici ve ne sono 50 che hanno organizzato corsi interni.

*Tabella 3.3 - Imprese che investono in formazione aziendale, per tipologia di attività e settore economico. Anno 2012 (val. %)*

<b>Settore economico</b>	<b>Esterni</b>	<b>Interni</b>	<b>Solo esterni</b>	<b>Esterni ed interni</b>	<b>Solo interni</b>
--------------------------	----------------	----------------	---------------------	---------------------------	---------------------

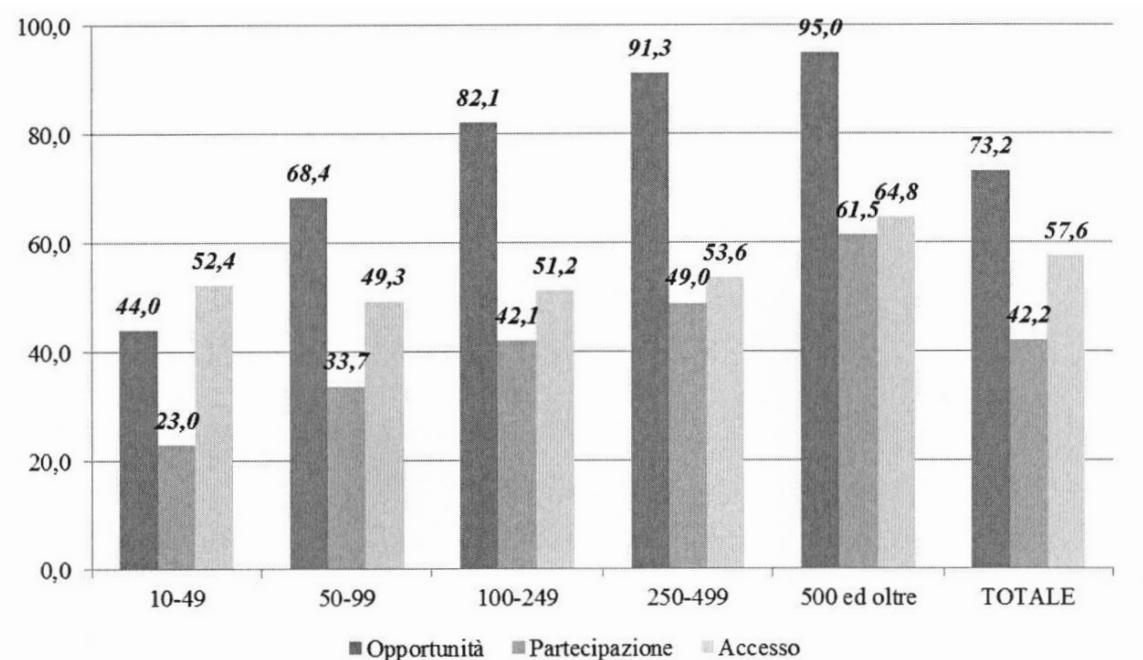
<b>INDUSTRIA</b>	79,6	57,4	42,6	37,0	20,4
<i>di cui:</i>					
Industrie alimentari e del tabacco	75,5	64,0	36,0	39,5	24,5
Tessile e abbigliamento	79,2	49,4	50,6	28,7	20,8
Industria chimica, farmaceutica, gomma, plastica	83,1	63,4	36,6	46,5	16,9
Produzione di metalli e prodotti in metallo	76,5	53,2	46,8	29,7	23,5
Apparecchi meccanici, elettrici, elettronici	82,0	57,6	42,4	39,6	18,0
Legno, mobili e altre industrie manifatturiere	69,0	60,1	39,9	29,0	31,0
Fornitura di elettricità, gas, acqua e gestione rifiuti	85,6	58,6	41,5	44,1	14,4
<b>SERVIZI</b>	<b>84,3</b>	<b>55,2</b>	<b>44,8</b>	<b>39,5</b>	<b>15,8</b>
<i>di cui:</i>					
Commercio	85,9	51,9	48,1	37,7	14,1
Telecomunicazioni, editoria, informatica	78,9	64,1	35,9	43,0	21,1
Servizi finanziari, assicurazioni e fondi pensione	85,8	72,7	27,3	58,5	14,2
Attività professionali, scientifiche, tecniche	92,9	62,6	37,4	55,5	7,1
<b>TOTALE</b>	<b>81,5</b>	<b>56,5</b>	<b>43,5</b>	<b>38,0</b>	<b>18,5</b>

Fonte: ISFOL "Rilevazione statistica sugli investimenti intangibili delle imprese (Intangible Assets Survey)"

I corsi di formazione organizzati dalle imprese italiane nel 2012 hanno coinvolto complessivamente 2,5 milioni di addetti; ogni impresa italiana ha formato, in media, 20,6 addetti, con un valore che aumenta sensibilmente per le regioni del Centro, mentre si dimezza per quelle meridionali. Se si considerano solamente le imprese che hanno investito, si rileva un valore naturalmente più ampio ed esattamente pari a 45 partecipanti. Anche in questo caso si raggiunge una punta massima in corrispondenza della ripartizione centrale (71,8 formati), mentre valori minimi contraddistinguono il Nord-Est (36,4 formati) ed ancor di più il Sud (31,1 formati).

Relativamente agli addetti presenti nelle imprese che hanno svolto corsi di formazione, si presentano i tassi di opportunità, partecipazione e accesso. Il primo rappresenta la percentuale di addetti che lavorano in imprese che hanno svolto corsi di formazione; il secondo specifica il peso dei partecipanti sul totale degli addetti presenti nelle imprese, indipendentemente dal fatto di aver svolto corsi di formazione; il terzo propone la quota di partecipanti sul totale degli addetti delle imprese formatrici. Mentre opportunità e partecipazione degli addetti ai corsi crescono all'aumentare della classe aziendale, lo stesso non vale per l'accesso, a dimostrazione che sia le grandi che le piccole imprese mostrano un comportamento simile nella fase di selezione dei partecipanti ai corsi (fig. 3.2).

*Figura 3.2 - Tasso di opportunità, partecipazione ed accesso degli addetti delle imprese alla formazione aziendale, per classe dimensionale. Anno 2012 (val. %)*



Fonte: ISFOL "Rilevazione statistica sugli investimenti intangibili delle imprese (Intangible Assets Survey)"

Il numero totale di ore di formazione aziendale offerte delle imprese italiane ammonta, nel 2012, a poco più di 58 milioni; di questi, i due terzi sono stati equamente erogati nel Nord-Ovest e nel Centro. Nel Sud esse ammontano a 4,7 milioni, rappresentando neanche il 10% del totale nazionale. Un importante aspetto dei corsi di formazione è rappresentato dall'intensità che viene misurata attraverso il numero medio di ore per partecipante. Dall'analisi di questo indicatore emerge come generalmente i corsi di formazione svolti in ambito aziendale abbiano una durata piuttosto breve: infatti, mediamente, nel 2012 ciascun formato ha frequentato uno o più corsi per un totale di 23,3 ore.

### 3.3 Gli investimenti in formazione aziendale: le determinanti dell'investimento e gli effetti della crisi economica

Nel 2012, le imprese italiane hanno registrato investimenti in formazione aziendale per 1,2 miliardi di euro (tab. 3.4). La spesa per le attività esterne è pari al 57,1% del totale. Le imprese del Nord-Ovest hanno speso poco meno del 40% del totale, un valore del tutto coerente con il maggior volume di partecipanti e di ore erogate. Nel Sud gli investimenti in corsi di formazione rappresentano soltanto il 6,8% del totale nazionale. I costi esterni costituiscono quasi sempre la parte prevalente delle spese sostenute con un picco del 60,7% nelle regioni Nord-occidentali; in quelle meridionali invece si palesa una situazione del tutto antitetica dal momento che la maggior parte delle risorse riguarda l'organizzazione di attività di formazione gestite internamente (52,3%).

Ogni addetto che ha partecipato ad attività formative è costato alla propria impresa 464 euro con un ammontare che aumenta a 491 euro per il Nord-Ovest; nell'area Nord-orientale si registrano volumi di spesa per formato in linea con la media nazionale, mentre al di sotto si posiziona il dato delle imprese appartenenti alla ripartizione meridionale e soprattutto a quella centrale con 428 euro per partecipante. Anche se considera il costo medio per ora partecipante, a fronte di una media di 19,9 euro, i valori più alti si ravvisano per le regioni settentrionali, sino ad un massimo di 23,5 euro per la parte occidentale.

*Tabella 3.4 - Spesa per la formazione aziendale, per ripartizione geografica. Anno 2012 (val. ass. e val. %)*

Ripartizione geografica	Costi totali			
	Costi (%)	€ per partecipante	€ per ora di formazione	% di costi esterni
Nord-Ovest	39,4	491,4	23,5	60,7
Nord-Est	28,7	466,9	22,6	57,5
Centro	25,1	427,9	15,1	53,6
Sud ed Isole	6,7	449,3	16,7	47,7
<b>TOTALE</b>	<b>100,0</b>	<b>464,2</b>	<b>19,9</b>	<b>57,1</b>

*Fonte: ISFOL "Rilevazione statistica sugli investimenti intangibili delle imprese (Intangible Assets Survey)"*

In tutte le classi dimensionali (tab. 3.5) si rileva una prevalenza dei costi per corsi di formazione esterni con valori attorno al 60% per le imprese con meno di 250 addetti. Il costo per partecipante evidenzia un andamento non lineare con l'aumentare del numero degli addetti presenti nelle imprese. Infatti, i valori minimi si hanno per le classi agli estremi della distribuzione, in particolare per la prima con 430 euro; per la seconda e la terza fascia ci si attesta sui 470 euro, mentre solo per le imprese della classe 250-499 addetti si oltrepassa la soglia dei 500 euro. Tali differenze dipendono naturalmente dalla quantità di ore svolte, oltre che dal tipo di materie insegnate durante la realizzazione dei corsi, una dimensione in grado di incidere in maniera rilevante sul volume dei costi. Se si guarda al costo per ora di formazione, il valore che si delinea è abbastanza omogeneo per le prime quattro classi dimensionali (23-25 euro), mentre scende a 16,8 euro per le imprese di più grande dimensione.

*Tabella 3.5 - Spesa per la formazione aziendale, per classe dimensionale. Anno 2012 (val. ass. e val. %)*

Classe dimensionale	Costi totali			
	%	€ per partecipante	€ per ora di formazione	% di costi esterni
10-49	16,9	430,2	25,3	59,2
50-99	8,8	470,6	24,9	60,6
100-249	12,4	471,4	23,6	60,9
250-499	12,1	533,8	24,1	57,4
500 ed oltre	49,9	459,1	16,8	54,8
<b>TOTALE</b>	<b>100,0</b>	<b>464,2</b>	<b>19,9</b>	<b>57,1</b>

*Fonte: ISFOL "Rilevazione statistica sugli investimenti intangibili delle imprese (Intangible Assets Survey)"*

L'indagine consente anche di individuare i fattori che influenzano la propensione formativa delle imprese (attraverso analisi di regressione probit e OLS), per verificare il peso di diversi fattori

(area geografica, classe dimensionale, settore economico di appartenenza e classe di anzianità) sui tassi precedentemente considerati. I risultati delle analisi di regressione rendono evidente come:

- al crescere dell'ampiezza aziendale (in termini di addetti) aumenti anche la propensione ad investire in formazione;
- emerge una bassa propensione formativa nei settori delle industrie tessili, nel comparto del mobile, dei servizi di trasporto, del commercio e nel settore della carta. A registrare un effetto marginale positivo e statisticamente significativo sono soltanto i servizi finanziari;
- vi è una scarsa influenza, a parità di altre caratteristiche, dell'anzianità aziendale;

Per quanto riguarda l'analisi delle determinanti della spesa in formazione delle imprese, si evidenzia:

- un costo unitario medio minore per le imprese del Centro e per il Sud;
- il numero di addetti all'interno di un'impresa non influenza significativamente il costo unitario per ora di formazione, a meno che non si parli di imprese con più di 500 addetti;
- il costo unitario per ora di formazione è in media più alto nei settori delle attività professionali, telecomunicazioni e meccanica;
- costi unitari più bassi si riscontrano nelle imprese che svolgono attività di trasporto e in quelle che forniscono servizi finanziari.

Per quanto riguarda gli effetti della recessione sugli investimenti intangibili, sono state analizzate le percentuali di imprese che, nel periodo 2011-2013, hanno aumentato oppure diminuito i livelli di spesa inerenti gli investimenti intangibili rispetto agli anni 2008-2010. Nel complesso, si osserva una propensione all'incremento della spesa dal momento che, per tutte le attività intangibili considerate, sono più numerose le imprese ad aver aumentato i volumi di spesa nel triennio 2011-2013 rispetto alle imprese che, nello stesso periodo, hanno deciso di ridurne l'entità. Questi dati mostrano come le imprese abbiano piena consapevolezza della rilevanza degli investimenti immateriali per aumentare il proprio grado di competitività e dunque per uscire il prima possibile dalla crisi affacciandosi, laddove possibile, ai mercati internazionali.

Per contrastare gli effetti della crisi, la maggior parte delle imprese ha cercato di ampliare la ricerca di nuovi mercati (65,7%), di acquistare nuovi macchinari (35,5%) o introdurre innovazioni. Le imprese italiane hanno cercato di rafforzare aspetti di marketing affacciandosi laddove possibile anche sui mercati internazionali e dall'altro hanno cercato di migliorare i processi produttivi, sostituendo i macchinari ormai divenuti obsoleti e quindi puntando tanto sull'innovazione dei prodotti quanto sull'abbattimento dei costi di produzione. All'opposto, l'esternalizzazione delle attività produttive viene adottata da un numero sensibilmente più contenuto di imprese (16%), un dato atteso considerata la prevalenza all'interno del tessuto produttivo italiano di attività imprenditoriali di piccole dimensioni. Peraltro, risulta apprezzabile la quota di imprese che hanno investito in intangibili in funzione anticrisi: circa un quinto ha investito in ricerca e sviluppo, mentre il 28,7% in formazione.

#### Box 3.1 - La metodologia di rilevazione degli intangible assets

Unità di rilevazione della "Intangible Assets Survey" sono le imprese industriali e di servizi con almeno 10 addetti. La rilevazione, realizzata fra settembre e novembre 2013, ha interessato in maniera censuaria le grandi imprese con almeno 250 addetti e un campione di imprese dai 10 ai 249 addetti, per un totale di 28.321 unità. Nel complesso, l'universo di riferimento è composto da più di 120 mila imprese, presso le quali (sulla base dell'Archivio statistico delle imprese attive 'ASIA', relativo all'anno 2011) risultano occupati 5,9 milioni di addetti. Il campo di osservazione dell'indagine è costituito dalle imprese attive che operano in determinati settori della Classificazione Atenco 2007; tale

scelta è stata effettuata per focalizzare il campione su settori che potessero avere una maggiore densità di attività intangibili, sulla base di quanto emerso in fase dell'indagine pilota. La rilevazione ha coinvolto 10.631 unità, con una percentuale di rispondenti pari al 37,5%, ed è stata realizzata con tecniche CAWI (Computer Assisted Web Interview) e CATI (Computer Assisted Telephone Interview) attraverso un questionario strutturato in otto sezioni.

La prima sezione è dedicata alla **formazione aziendale**: decisa e organizzata dall'impresa, finanziata, in tutto o in parte, dall'impresa (almeno per quanto riguarda la remunerazione del tempo di lavoro utilizzato per le attività di formazione), è finalizzata all'acquisizione di nuove competenze lavorative o allo sviluppo e al miglioramento delle competenze esistenti degli addetti dell'impresa (non può essere quindi considerata formazione la semplice trasmissione di informazioni); è distinta chiaramente dal tempo di lavoro e svolta mediante l'intervento di un formatore o almeno l'utilizzo di attrezzature finalizzate a facilitare l'acquisizione di nuove competenze.

La seconda sezione è dedicata al **software**: in questo caso, va considerato lo sviluppo interno all'impresa o l'acquisto da fornitori esterni di software, come ad esempio, sistemi operativi, applicazioni generalizzate di "office automation" (come i programmi di scrittura), applicazioni specializzate per specifiche funzioni aziendali (software per la gestione contabile, gestione di basi di dati, controllo dei flussi di produzione, ecc.). Va considerata anche la progettazione, realizzazione o acquisizione di basi di dati (database) in formato elettronico. Deve essere escluso il software sviluppato all'interno di progetti di ricerca.

La terza sezione è dedicata al **branding** dell'azienda: qui si rilevano tutti gli investimenti destinati a migliorare, nel pubblico e tra i potenziali clienti, la conoscenza e l'apprezzamento dell'impresa in generale e dei propri prodotti/servizi in particolare. Ad esempio, campagne pubblicitarie per il lancio di nuovi prodotti/servizi, iniziative promozionali rivolte a clienti o venditori, rinnovamento del "branding" aziendale, elaborazione di materiale o iniziative pubblicitarie, ecc.

La quarta sezione è dedicata alla **ricerca e sviluppo** (R&S), definita come: "Quel complesso di lavori creativi intrapresi in modo sistematico, sia al fine di accrescere l'insieme delle conoscenze (ivi compresa la conoscenza dell'uomo, della sua cultura e della società), sia per utilizzare dette conoscenze in nuove applicazioni pratiche". Tale attività viene comunemente distinta in "ricerca di base", "ricerca applicata" e "sviluppo sperimentale", in relazione al previsto grado di immediata applicabilità dei suoi risultati.

Nella quinta sezione, che riguarda il **design**, vengono considerate tutte le spese relative alla progettazione tecnica ed estetica di nuovi prodotti, processi o servizi. Sono invece escluse le attività progettuali (ad esempio, progettazione di prototipi) ricomprese nella R&S e la progettazione di software.

La sesta sezione rileva gli investimenti in **organizzazione aziendale** e miglioramento dei processi gestionali e produttivi; in particolare, considera i costi per attività intraprese dall'impresa, con lo specifico obiettivo di migliorare l'efficienza e l'efficacia dei processi aziendali (programmi di miglioramento della qualità, piani di ristrutturazione e riconversione aziendale, definizione e applicazione di piani strategici, ecc.). Tutti i costi di software, o di design o di formazione del personale legati a tali attività devono essere esclusi.

La settima sezione rileva informazioni sugli investimenti dedicati ad **altre attività finalizzate all'incremento del capitale intangibile**, riferite in particolare a prospezioni e indagini minerarie e alla realizzazione, duplicazione e diffusione di originali di opere letterarie e artistiche in genere (ad esempio films, registrazioni, manoscritti, soggetti televisivi, ecc.).

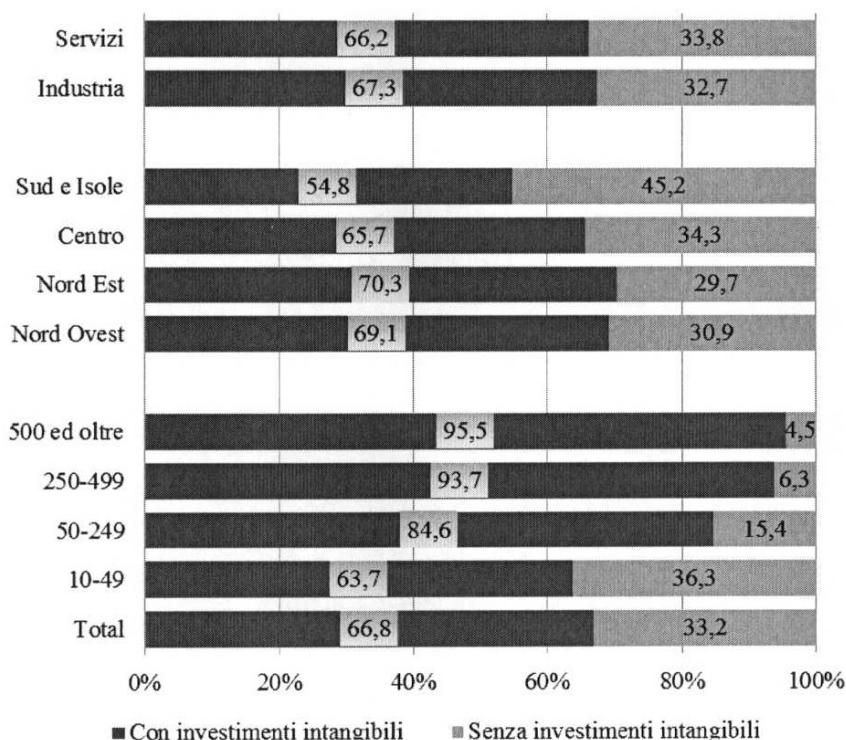
Infine, l'ottava ed ultima sezione dedica attenzione, da un lato, agli **effetti prodotti dalla crisi sugli investimenti intangibili** nel periodo 2009-2011, rispetto agli anni 2006-2008 e, dall'altro, a quali misure le imprese hanno prevalentemente messo in atto per contrastare gli effetti della crisi. Quest'ultima sezione aggiorna informazioni già rilevate sulle aziende attraverso la INDACO-CVTS e sulle strutture della formazione professionale, attraverso l'Indagine OFF.

### **3.4 La propensione all'investimento intangibile nelle imprese italiane e la durata dei benefici: analisi dei principali indicatori**

Le imprese italiane che nel 2012, nonostante la crisi economica, hanno investito in almeno una delle sei categorie di beni immateriali presi in considerazione dall'indagine sono 81 mila circa, pari al 66,8% del totale; vi è una chiara tendenza da parte delle imprese di grandi dimensioni (95,5%) ad investire, spesso in modo sistematico, in *intangible assets*. Le imprese del settore industriale (67,3%) sono leggermente più propense ad affrontare spese per investimenti immateriali rispetto a quelle del settore dei servizi (66,2%). Per quanto riguarda la ripartizione territoriale,

l'incidenza degli investimenti immateriali nelle regioni del Nord sono appena più elevati della media (il 69,1% nel Nord Ovest e il 70,3% nel Nord Est), mentre sono leggermente più bassi nelle regioni del Centro Italia (65,7%), e significativamente più bassi nel Sud e Isole con appena il 54,8%.

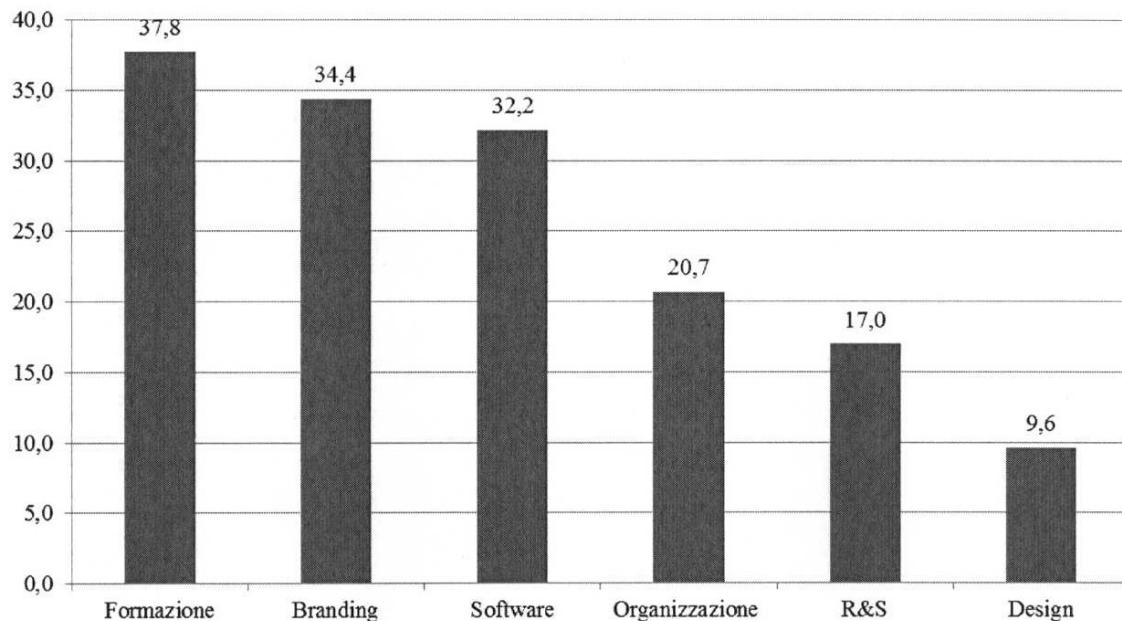
*Figura 3.3 - Percentuale di imprese con investimenti immateriali per classe dimensionale, ripartizione territoriale e macro-settore economico. Anno 2012*



*Fonte: ISFOL "Rilevazione statistica sugli investimenti intangibili delle imprese (Intangible Assets Survey)"*

Tra gli investimenti in beni intangibili la formazione aziendale rappresenta l'attività più diffusa: il 37,8% delle imprese con 10 ed oltre addetti ha infatti organizzato, nel 2012, uno o più corsi di formazione<sup>40</sup>; al secondo posto si collocano gli investimenti in immagine e *branding* (34,4%), seguiti a pochissima distanza da quelli in software (32,2%). Le restanti attività hanno percentuali molto più basse: l'organizzazione aziendale coinvolge poco più di un quinto del totale delle imprese, leggermente più bassa la percentuale di investimenti in ricerca e sviluppo (17%) e, in ultima posizione, l'investimento in design, con meno del 10%.

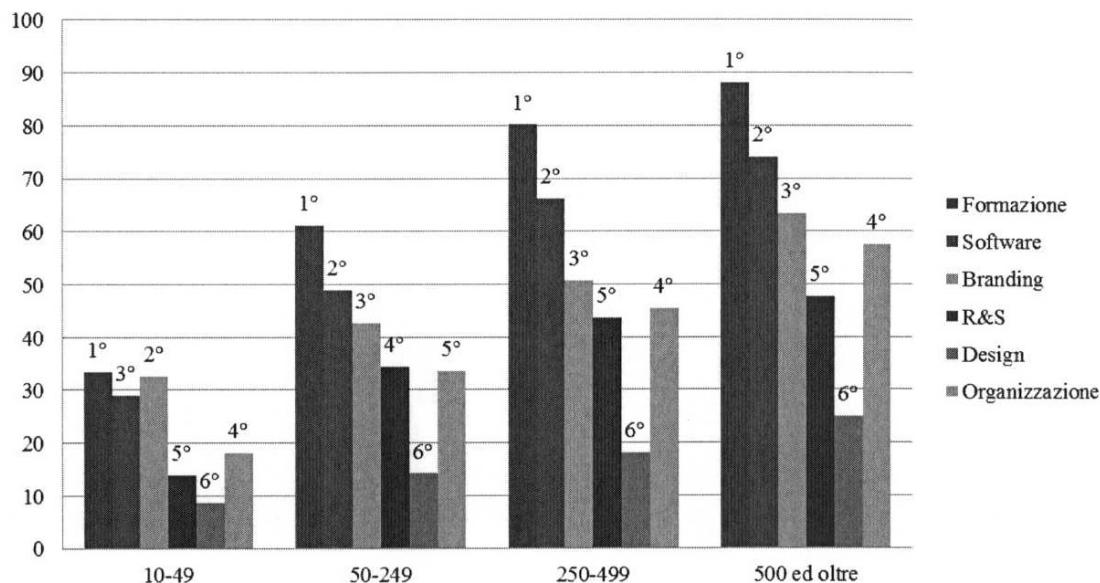
<sup>40</sup> In questo paragrafo sono stati esclusi i corsi di formazione sulla sicurezza sul lavoro realizzati per obbligo di legge.

*Figura 3.4 - Percentuale di imprese che hanno investito, per categorie di investimento intangibile*

Fonre: ISFOL "Rilevazione statistica sugli investimenti intangibili delle imprese (Intangible Assets Survey)"

Gli investimenti intangibili, a prescindere dalla tipologia, sono più cospicui nelle imprese di grandi dimensioni, con rilevanti differenze rispetto alle piccole; nell'attività di formazione si registra il divario più ampio, passando dall'88,1% al 33,4%. Rilevanti differenze si hanno anche per il software (45,1%) e per l'organizzazione (39,4%); mentre il gap si riduce per le attività di ricerca e sviluppo (33,8%) e per il *branding* (30,7%). Solo per gli investimenti in design la differenza tra le piccole imprese (8,7%) e le grandi (25%) è inferiore ai 20 punti percentuali. La classe dimensionale influenza sull'incidenza ma solo marginalmente sulle tipologie di investimento; come si può vedere dalla figura 3.5 le diverse categorie hanno quasi tutte la stessa posizione nelle diverse classi dimensionali, con due eccezioni: il *branding*, che nelle piccole imprese è al secondo posto anziché al terzo, occupato dal software; la ricerca e sviluppo, che nelle imprese con 50-249 addetti si posiziona al quarto posto.

*Figura 3.5 - Imprese che investono in attività intangibili, per asset e per classe dimensionale. Anno 2012 (val. %)*



Fonte: ISFOL "Rilevazione statistica sugli investimenti intangibili delle imprese (Intangible Assets Survey)"

Il Sud rappresenta l'area con i valori più bassi in tutte le tipologie di investimento intangibile mentre, sul versante opposto, è nel Nord Est che le imprese investono di più in tutte le categorie analizzate, tranne per lo sviluppo di software che registra valori più elevati nel Nord Ovest. Invece, le imprese del Centro mostrano una propensione all'investimento leggermente inferiore alla media nazionale, tranne che per il design, in linea con quest'ultima.

*Tabella 3.6 - Imprese che investono in attività intangibili, per ripartizione territoriale. Anno 2012 (val. %)*

Ripartizione geografica	Formazione	Software	Branding	R&S	Design	Organizzazione
Nord-Ovest	39,3	35,2	36,1	18,9	8,9	21,2
Nord-Est	43,3	34,9	36,2	20,5	12,3	22,8
Centro	33,4	29,8	32,2	14,4	9,7	20,2
Sud e Isole	27,5	22,2	29,0	7,9	5,5	14,9
<b>TOTALE</b>	<b>37,8</b>	<b>32,2</b>	<b>34,4</b>	<b>17,0</b>	<b>9,6</b>	<b>20,7</b>

Fonte: ISFOL "Rilevazione statistica sugli investimenti intangibili delle imprese (Intangible Assets Survey)"

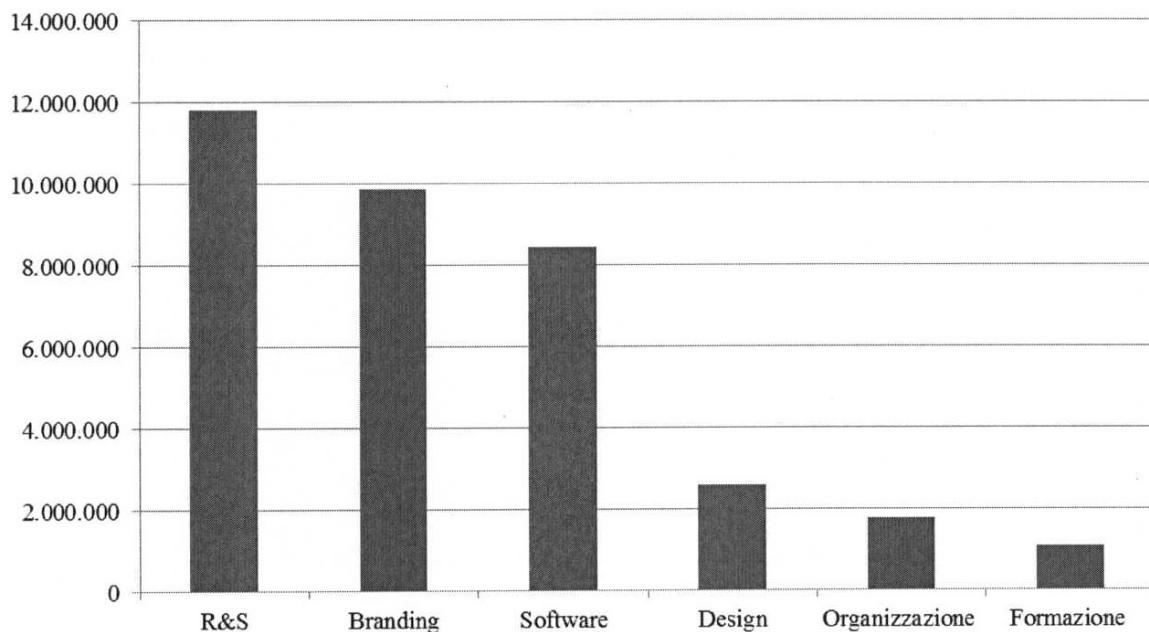
A livello settoriale (tab. 3.7), industria e servizi mostrano propensioni ad investire abbastanza simili rispetto alla formazione, al software e al branding, con valori leggermente più elevati rispetto al dato medio nel settore dei servizi. Differenze più marcate si registrano nelle restanti tipologie, con una percentuale più elevata di investimenti nel settore industriale: il divario maggiore si ha in ricerca e sviluppo, con un gap di quasi 14 punti percentuali (22,7% vs 9,1%); per il design si riduce a 8 punti circa (da 12,9% a 5,2%); mentre per l'organizzazione diminuisce a 4,6 punti (22,6% contro 18,0%).

*Tabella 3.7 - Imprese che investono nei beni intangibili, per settore economico. Anno 2012 (val. %)*

<b>Settore economico</b>	<b>Formazione</b>	<b>Software</b>	<b>Branding</b>	<b>R&amp;S</b>	<b>Design</b>	<b>Organizzazione</b>
Industria	37,3	31,4	33,6	22,7	12,9	22,6
Servizi	38,4	33,3	35,6	9,1	5,2	18,0
<b>Totale</b>	<b>37,8</b>	<b>32,2</b>	<b>34,4</b>	<b>17,0</b>	<b>9,6</b>	<b>20,7</b>

Fonte: ISFOL "Rilevazione statistica sugli investimenti intangibili delle imprese (Intangible Assets Survey)"

Complessivamente le imprese italiane con più di 10 addetti hanno speso, nel corso del 2012, (fig. 3.6), in investimenti immateriali quasi 36 miliardi di euro. Un terzo delle imprese ha investito in attività di ricerca e sviluppo, per un importo pari a 11,8 miliardi di euro; rilevanti anche le spese sostenute per investimenti in branding e in software (rispettivamente 9,9 e 8,5 miliardi di euro) che incidono per il 27,7% nel primo caso e per il 23,7% nel secondo. Quindi, quasi l'85% della spesa in beni immateriali fa riferimento a queste tre tipologie di investimento. La metà della spesa residuale (il 7,3%) è stata investita in design e solo il 3,1%, pari a 1,1 miliardi di euro, in attività di formazione.

*Figura 3.6 - Spesa negli investimenti intangibili. Anno 2012 (val. ass. in migliaia di euro)*

Fonte: ISFOL "Rilevazione statistica sugli investimenti intangibili delle imprese (Intangible Assets Survey)"

Le grandi imprese, con oltre 500 addetti, hanno speso in totale quasi 20 miliardi di euro, pari al 56% del totale. Le medie imprese (50-249 addetti) con il 18% del totale si collocano al secondo posto nei livelli di spesa, seguite dalle piccole imprese con il 16%; le grandi imprese con meno di 500 addetti sono invece all'ultimo posto, avendo speso meno del 10% della spesa totale.

La spesa media più elevata si è avuta in attività di ricerca e sviluppo, e prescinde dalla dimensione aziendale; sul versante opposto si colloca l'attività di formazione, per cui le imprese investono una quantità di risorse abbastanza modesta, nonostante sia l'investimento intangibile più

diffuso tra le imprese italiane, in quanto i costi unitari sono più bassi. In seconda posizione si pone il *branding* e al terzo il software; questa situazione è comune in tutte classi di addetti, ad eccezione delle imprese con 250 e 449 addetti che hanno dei livelli di spesa più elevati per il software. Per quanto riguarda il design e l'organizzazione, nelle PMI si registrano percentuali di spesa abbastanza simili mentre la situazione cambia notevolmente per la grande impresa con più di 500 addetti, che investe il doppio delle risorse in design rispetto alle spese sostenute per gli investimenti in organizzazione aziendale.

A livello territoriale, la maggior parte degli investimenti si concentra nelle aree settentrionali del Paese con il 68,2% del totale della spesa ed in particolare nel Nord ovest dove sono stati spesi 15,4 miliardi di euro, pari al 43,2% del totale. È notevole il divario nel livello di spesa tra le imprese del Nord e quelle del Sud e Isole. Le imprese delle regioni meridionali hanno speso, per tutte le categorie di investimento intangibile, appena un 1,3 miliardi di euro, pari al 3,7% del totale. Un risultato che è conseguenza sia della minore presenza di imprese che realizzano attività di investimento, ma anche del più basso livello di spesa per addetto.

Dall'analisi della distribuzione delle spese per ripartizione territoriale si rileva che nel Nord Ovest e Nord Est, seppur con valori differenti, le diverse tipologie di investimenti non cambiano posizione: al primo posto ricerca e sviluppo, al secondo *branding*, al terzo software, fino ad arrivare all'attività di formazione, che è sempre in ultima posizione. Nelle regioni del Centro, al primo posto si colloca il *branding*, poi il software e solo al terzo posto l'attività di ricerca e sviluppo. Anche nelle regioni del meridione il *branding* è al primo posto seguito da ricerca e sviluppo e al terzo posto dall'attività legata allo sviluppo del software; un dato interessante riguarda la formazione che, nonostante sia sempre all'ultimo posto della spesa, con il 5,7% supera di due punti percentuali il dato complessivo.

*Tabella 3.8 - Spesa negli investimenti intangibili, per classe dimensionale, ripartizione geografica e settore economico. Anno 2012 (val. % e val. ass. in migliaia di euro)*

	Formazione	Software	Branding	R&S	Design	Organizzazione	%	TOTALE
<b>Classe dimensionale</b>								
10-49	3,1	19,2	26,3	36,2	8,1	7,1	16,2	<b>5.764.946</b>
50-249	3,5	18,2	29,6	37,8	5,4	5,5	18,3	<b>6.528.570</b>
250-499	3,8	25,7	24,0	37,1	4,5	4,9	9,8	<b>3.507.581</b>
500 ed oltre	2,8	26,5	28,2	30,0	8,2	4,3	55,7	<b>19.869.637</b>
<b>Ripartizione geografica</b>								
Nord-Ovest	2,8	19,6	27,0	36,5	10,0	4,0	43,2	<b>15.420.342</b>
Nord-Est	3,6	22,3	23,6	38,9	5,6	6,0	25,0	<b>8.913.008</b>
Centro	2,8	31,6	31,9	23,4	4,9	5,3	28,1	<b>10.024.538</b>
Sud e Isole	5,7	20,8	31,7	28,0	6,4	7,4	3,7	<b>1.312.847</b>
<b>Settore economico</b>								
Industria	2,5	8,8	25,5	48,0	10,8	4,5	55,4	<b>19.752.253</b>
Servizi	3,9	42,2	30,5	14,7	3,1	5,6	44,6	<b>15.918.483</b>
<b>Totale</b>	<b>1.104.972</b>	<b>8.458.833</b>	<b>9.889.725</b>	<b>11.819.626</b>	<b>2.609.740</b>	<b>1.787.838</b>	<b>100</b>	<b>35.670.734</b>
<b>Totale %</b>	<b>3,1</b>	<b>23,7</b>	<b>27,7</b>	<b>33,1</b>	<b>7,3</b>	<b>5,0</b>		

Fonte: ISFOL "Rilevazione statistica sugli investimenti intangibili delle imprese (Intangible Assets Survey)"

Nel comparto dell'industria sono stati spesi quasi 20 miliardi in attività immateriali (pari al 55,4%), mentre in quello dei servizi quasi 16 miliardi (pari al 44,6%). A livello settoriale il volume di spesa è molto articolato rispetto alle varie categorie di investimento: quasi la metà degli investimenti nel settore della produzione riguardano l'attività di ricerca e sviluppo mentre nel settore dei servizi poco meno della metà delle risorse è dedicato allo sviluppo del software. Invece, livelli di investimento abbastanza simili nei macrosettori considerati si hanno nel *branding* e nell'organizzazione mentre, per quanto riguarda le spese per la formazione aziendale, si rileva un livello di spesa più elevato nel settore dei servizi.

Un altro risultato interessante riguarda la durata dei benefici degli investimenti immateriali. Nel complesso, la durata media degli investimenti si aggira intorno ai tre anni; le attività di ricerca e sviluppo hanno un periodo di “vita media” di circa quattro anni, mentre le imprese che hanno fatto formazione si aspettano di riceverne i benefici in tempi più brevi (poco più di due anni), così come quelle che hanno investito sull’immagine, la reputazione aziendale e i marchi.

L’analisi per classe dimensionale fa emergere come per quasi tutte le categorie di investimento vi sia una indubbia relazione tra la dimensione delle imprese e la durata degli investimenti. Infatti per le imprese più piccole si definiscono durate degli effetti sistematicamente più basse rispetto a quelle con un numero di addetti più elevato. Se esaminiamo la distanza rispetto alle imprese di più grande dimensione (che generalmente sono caratterizzate da effetti più prolungati nel tempo, eccezion fatta per il *branding*) essa supera la soglia dei 10 mesi, oltre che per software, soprattutto per la ricerca e sviluppo e per il design. La formazione è l’attività che vanta la più contenuta variabilità al crescere della classe d’ampiezza delle imprese. In riferimento al macrosettore dei servizi è nell’ambito delle attività di investimento in R&S e in design che si riscontra la variabilità più significativa. Infine, nell’ambito della durata degli investimenti in organizzazione le attività di trasporto e le telecomunicazioni sono quelli che vedono esaurirsi più tempestivamente gli effetti delle attività implementate.

## Capitolo 4

### *Le sfide per il miglioramento del sistema*

#### **4.1 I modelli di governance emergenti nelle regioni italiane relativamente all'offerta di formazione professionale continua**

Il tema della *governance* delle politiche per la formazione continua appare sempre più come un passaggio obbligato per i sistemi formativi regionali, non solo per predisporre nuove logiche programmatiche e gestionali che siano improntate a principi qualitativi e rendicontativi delle azioni, dei processi e dei prodotti ma anche perché queste ultime siano fortemente collegate con i temi della nuova programmazione comunitaria<sup>41</sup> e in relazione ad innovativi modelli operativi che andranno ancorati a visioni allargate, partecipate e valutate in merito all'efficacia e allo sviluppo dei territori e al corretto uso delle risorse finanziarie impegnate.

All'interno di questo quadro, in evoluzione, sono due le questioni tra loro interrelate e irrinunciabili intorno alle quali stanno ridefinendosi le linee dei modelli di *governance* dei sistemi regionali, per un'efficace gestione delle *policy* dedicate alla formazione continua: la funzione dei dispositivi di lettura e analisi dei fabbisogni formativi e professionali, da un lato, e la mappa dei sistemi di relazione con le imprese, dall'altro. Questo duplice ordine di questioni riguarda sia i sistemi regionali sia le strutture formative operanti all'interno dei contesti locali di riferimento. Risulta, pertanto, particolarmente utile fornire una analisi dei temi sopra indicati suddividendola per ambiti tematici: i sistemi formativi regionali e le strutture formative.

Utilizzeremo, a tal fine, i risultati della “Indagine campionaria sull’Offerta di formazione professionale in Italia (ISFOL-OFP)”<sup>42</sup>, che ha ricostruito le caratteristiche strutturali, le dinamiche e i processi che attraversano i sistemi regionali dell’offerta formativa, mediante la realizzazione di 70 interviste ai dirigenti della formazione professionale a livello regionale e provinciale, 12 focus group regionali e un questionario CAPI (*Computer Assisted Personal Interview*) rivolto ad un campione statistico di 1225 strutture formative accreditate, rappresentativo su base regionale.

#### *I sistemi formativi regionali*

I modelli di analisi dei fabbisogni che i sistemi regionali sono soliti utilizzare, anche attraverso il concorso dei dispositivi di accreditamento per le agenzie formative, si basano sui settori economici, sulle relative figure professionali e sulle loro competenze, specialistiche e/o trasversali, per le quali è necessario realizzare interventi formativi per supportare le esigenze professionali di cui hanno bisogno le imprese per mantenere il loro livello di competitività.

In questo contesto, le qualifiche professionali regionali costituiscono nella maggiore parte dei sistemi formativi locali un riferimento determinante per analizzare e valutare i fabbisogni; esse

<sup>41</sup> Al momento, indicata nell'Accordo di partenariato 2014-2020 per l'impiego dei fondi strutturali e di investimento europei, adottato il 29 ottobre 2014 dalla Commissione europea a chiusura del negoziato formale.

<sup>42</sup> Cfr. Angotti R., Del Cimmuto A. (2013), “L’offerta di Formazione Professionale regionale in Italia. Quadro di riferimento e primi esiti dell’Indagine OFP 2012”, in: *Osservatorio ISFOL*, n. 1-2/2013 [<http://isfoloa.isfol.it/handle/123456789/790>]; Angotti R., Del Cimmuto A., Filosa G., “L’offerta di formazione professionale nelle regioni italiane tra estensione della crisi e nuovi modelli di *governance*”, *ISFOL Research Paper* n. 11/2014, Roma [<http://sbnlo2.cilea.it/bw5ne2/opac.aspx?web=ISFL&opac=Default&ids=19782>]