



26 febbraio 2021

Valutazione del programma di promozione «Semplicemente meglio! ... Al lavoro»

Risultati e passi successivi

N. incarto: SEFRI-344.4-3/1/7/8

1 Oggetto e scopo della valutazione

Il programma di promozione «Semplicemente meglio! ... Al lavoro» è nato come misura nel quadro dell'Iniziativa sul personale qualificato lanciata dal Consiglio federale; l'obiettivo principale del programma è quello di sfruttare e promuovere meglio il potenziale di manodopera locale. Varato dal Consiglio federale nel novembre 2017, è attivo dal 1° gennaio 2018 e si basa sull'articolo 32 della legge sulla formazione professionale (LFPr)¹; il finanziamento è garantito nel quadro dei crediti ordinari (art. 54 e 55 LFPr). Per l'attuazione del programma nel periodo 2018-2020 erano stati stanziati circa 13 milioni di franchi. La misura è rivolta ai lavoratori poco qualificati, in particolare a quelli senior, dotati di scarse competenze di base negli ambiti lettura e scrittura, espressione orale nella lingua nazionale locale, matematica elementare o utilizzo di tecnologie dell'informazione e della comunicazione. Rispetto alla media, queste persone partecipano con meno frequenza alle formazioni continue e, sotto questo punto di vista, non ricevono un grande sostegno da parte dei datori di lavoro. Proprio i lavoratori senior faticano molto a trovare un nuovo impiego quando rimangono disoccupati.

Nel quadro del programma di promozione, la Confederazione sovvenziona le formazioni continue di aziende e associazioni di categoria, nel corso delle quali i collaboratori acquisiscono competenze di base rilevanti per la loro attività lavorativa. Grazie alle formazioni continue i gruppi target devono poter affrontare meglio le sfide che si presentano sul posto di lavoro. È quindi fondamentale che le formazioni siano strettamente correlate all'attività svolta dai partecipanti, così da mantenere la loro idoneità al mercato del lavoro e far sì che le aziende coinvolte possano beneficiare di tali formazioni nel modo più diretto possibile.

Il programma di promozione è attuato dalla SEFRI su iniziativa della Confederazione. A questo processo prendono parte anche le organizzazioni del mondo del lavoro e i Cantoni, al fine di garantire l'attuazione congiunta di tutte le misure previste dall'Iniziativa sul personale qualificato. I Cantoni operano secondo le rispettive basi legali e priorità, per esempio servendosi dei propri portali. Le organizzazioni della formazione continua (OFC) fungono da moltiplicatori in termini di informazione, comunicazione e consulenza; le relative basi sono fornite dagli accordi di prestazione nel quadro della legge federale sulla

¹ RS 412.10



formazione continua (LFCo)². Gli operatori delle formazioni continue rivestono un ruolo importante per quanto riguarda comunicazione, pianificazione e organizzazione delle stesse formazioni continue.

La valutazione del programma di promozione era prevista sin dall'introduzione dello stesso, al fine di poter riprendere eventuali modifiche nel messaggio ERI 2021-2024. La valutazione persegue due scopi:

— Valutazione sommativa: la valutazione deve fornire conclusioni riassuntive che consentano di tracciare un bilancio circa attuazione, prestazioni e risultati.

— Valutazione formativa: in vista del periodo di promozione 2021-2024, la valutazione deve precisare i potenziali di miglioramento.

La valutazione del programma di promozione è stata effettuata dalla società di consulenza econcept AG di Zurigo.

2 Risultati della valutazione – Raccomandazioni di econcept

Il rapporto di valutazione contiene conclusioni e raccomandazioni relative ai quattro temi seguenti: 1) Efficacia dello strumento di promozione, 2) Collaborazione e coordinamento, 3) Attività di sensibilizzazione, informazione e comunicazione, nonché 4) Processo e condizioni del programma di promozione.

Efficacia dello strumento di promozione

Il programma di promozione propone incentivi finanziari alle aziende per incoraggiarle a organizzare formazioni continue che permettano l'acquisizione delle competenze di base relative al posto di lavoro. Tuttavia, per il momento gli incentivi finanziari funzionano solo fino a un certo punto. Da un lato perché molte aziende non sono ancora a conoscenza delle opportunità di finanziamento e, dall'altro, perché le aziende stesse optano per una formazione continua solo se convinte che questa comporti benefici anche per loro.

Nell'attuazione del programma, le attività di informazione e comunicazione devono rappresentare una priorità. L'obiettivo resta quello di convincere le aziende dell'utilità di formare i propri collaboratori affinché questi acquisiscano le competenze di base relative al posto di lavoro, nonché di aumentare il numero di formazioni continue sostenute dal programma di promozione.

I valutatori raccomandano alla SEFRI di intensificare le attività di informazione e comunicazione in modo da sviluppare ulteriormente il potenziale del programma.

Collaborazione e coordinamento

Nel programma, l'interazione fra stakeholder e gruppi target risulta complicata – per via del gran numero di stakeholder, della complessa ripartizione di compiti e responsabilità e della specificità dei gruppi target, difficili da raggiungere. La collaborazione e il coordinamento tra Confederazione e Cantoni sono resi difficili dal diverso grado di coinvolgimento di questi ultimi e dalla duplice struttura di «Semplicemente meglio!»³ e «Semplicemente meglio! ... Al lavoro». In questo scenario risulta a sua volta complicato presentare il programma di promozione in modo semplice e comprensibile nonché definire gli interlocutori dei gruppi target.

I valutatori raccomandano alla SEFRI di affiancare al programma di promozione «Semplicemente meglio! ... Al lavoro» un gruppo di accompagnamento, al fine di coordinare i lavori, calibrare meglio tra loro le catene di comunicazione e sfruttare più efficacemente le sinergie.

² RS 419.1

³ «Semplicemente meglio!» è la campagna di sensibilizzazione dei Cantoni nel quadro dei programmi cantonali di promozione delle competenze di base degli adulti (art. 16 LFCo).

Attività di sensibilizzazione, informazione e comunicazione

Complessivamente, le attività di informazione e comunicazione della SEFRI (con il sostegno della Federazione svizzera per la formazione continua FSEA e della Federazione svizzera Leggere e Scrivere DVLS) e dei Cantoni, tra cui nello specifico le consulenze individuali, vengono valutate in modo positivo. Gli operatori sono ben informati e, aggiudicandosi e organizzando formazioni continue, fungono da moltiplicatori. Per quanto riguarda i gruppi target, però, nell'ulteriore pianificazione e coordinamento delle attività di informazione e comunicazione occorre tenere conto dei due aspetti seguenti.

— Accesso ai gruppi target: secondo gli stakeholder raggiungere i gruppi target delle aziende e delle associazioni di categoria risulta difficile e il numero di gruppi target finora raggiunti è ancora insufficiente. Inoltre, anche per mancanza di risorse, le associazioni di categoria, che potrebbero contare su un filo più diretto con le aziende, non fungono come auspicato da moltiplicatori nella promozione di competenze di base sul posto di lavoro.

— Messaggio da trasmettere: sebbene il messaggio si concentri sui benefici per le aziende, non è facile diffondere il programma di promozione né tra i gruppi target di aziende e associazioni di categoria, né tra i collaboratori. In generale, infatti, la mancanza di competenze di base è stigmatizzata.

I valutatori raccomandano alla SEFRI di coordinare le attività di informazione e comunicazione con le OFC e i Cantoni e di basarsi su una strategia di comunicazione vincolante per tutti.

L'attività di sensibilizzazione richiede tempo e implica di doversi rivolgere ai gruppi target su vari livelli. In quest'ottica, benché vadano prese in considerazione anche le esperienze maturate finora dalla SEFRI e dagli stakeholder, i valutatori considerano importanti gli aspetti seguenti.

— Tipo di informazione e comunicazione: le attività di informazione e comunicazione devono essere efficaci per portata e incisività; aziende e associazioni di categoria vanno informate su ampia scala con un linguaggio adatto ai gruppi target, servendosi anche di esempi pratici. In parallelo, occorre fornire informazioni e consulenza approfondite alle aziende e alle associazioni di categoria con un gran numero di collaboratori poco qualificati. In futuro, per fare presa su aziende e collaboratori occorrerà continuare a sottolineare l'utilità della formazione continua per le aziende.

— Responsabilità: per il prossimo periodo di prestazione vanno definiti meglio i ruoli dei vari gruppi di stakeholder. A tale scopo occorre continuare a interagire con i contatti già allacciati. I valutatori hanno pensato, per gli stakeholder sotto riportati, ai seguenti punti chiave.

– **Confederazione**: la Confederazione deve sviluppare un'ampia strategia di comunicazione rivolta ad associazioni di categoria e aziende; in questa dinamica, la Confederazione fa da patrocinatore ai lavoratori poco qualificati.

– **Cantoni**: anche i Cantoni devono pubblicizzare il programma di promozione della Confederazione – eventualmente integrandolo in attività proprie di comunicazione relative a «Semplicemente meglio!». A tale scopo i Cantoni possono interagire con la propria rete di aziende, per esempio con quelle attive nella formazione professionale, oppure allacciarsi alle offerte di formazione continua e a quelle di consulenza del lavoro già esistenti. Anche i Cantoni fungono da patrocinatori per i lavoratori poco qualificati.

– **OFC**: le OFC continuano a occuparsi di fornire consulenza e sostegno (lavoro di approfondimento) ad associazioni di categoria e aziende, nel solco dei lavori fin qui svolti. A tale scopo devono poter approfittare maggiormente del lavoro preparatorio effettuato da Confederazione e Cantoni a livello di comunicazione.

– **Operatori**: nelle attività di comunicazione e acquisizione gli operatori devono potersi basare su di una prima informazione proveniente da Confederazione, Cantoni e OFC.

Più l'interazione tra i vari stakeholder è coordinata, più è probabile che l'attività di sensibilizzazione sia efficace e, di conseguenza, che aumenti il numero di domande di formazioni continue.

Processo e condizioni del programma di promozione

Per la maggior parte il processo di domanda e reporting è valutato positivamente. È stato criticato il fatto che gli operatori non possano presentare domande. Anche alcuni criteri di promozione sono stati oggetto di critiche, nello specifico: partecipazione durante il tempo di lavoro, limite massimo di tre lezioni al giorno, numero di lezioni e numero di partecipanti.

— Processo di domanda e reporting: per i valutatori è logico che siano ancora le aziende a presentare e firmare le domande. In questo modo si garantisce che la responsabilità per la formazione continua ricada su di esse. Dal canto loro, dal punto di vista amministrativo, gli operatori possono e devono fornire il proprio sostegno alle aziende nel presentare domanda.

— Partecipazione durante il tempo di lavoro: per le aziende, il criterio di promozione secondo cui la formazione continua si deve svolgere durante il tempo di lavoro (inteso come normale orario di lavoro della persona) rappresenta un deterrente. Le aziende, infatti, non possono accettare assenze di 20 ore come minimo durante l'orario di lavoro, e rivedere i piani di servizio risulta troppo complicato.

— Massimo tre lezioni al giorno: vengono criticate le direttive relative al numero massimo di lezioni al giorno; infatti, a seconda del settore in questione, risulta difficile sostituire i collaboratori se assenti a più riprese per un massimo di tre ore. Sarebbe più semplice se le assenze fossero raggruppate su più mezze giornate.

— Numero di lezioni: alcuni Cantoni e aziende vorrebbero che fossero possibili più di 40 lezioni. È infatti importante che le competenze di base – come la capacità di esprimersi oralmente – siano promosse in maniera più completa. Sono state respinte diverse domande di aziende in quanto si trattava di formazioni continue le cui ore superavano quelle già finanziate e approvate.

— Numero di partecipanti: per gruppi di imprese di piccole dimensioni risulta molto difficile presentare una domanda di finanziamento congiunta. Poiché tali imprese fanno fatica a riunire sei partecipanti (numero minimo), questo criterio va reso più flessibile oppure occorre prevedere un processo agevolato, affinché gruppi di imprese di piccole dimensioni possano organizzare congiuntamente una formazione continua senza che un'impresa debba assumersi da sola il rischio finanziario per tutti.

I valutatori raccomandano alla SEFRI di rendere più flessibili i criteri di promozione di cui sopra per far sì che questi non ostacolino eccessivamente la partecipazione delle aziende interessate. La direttiva relativa alla prestazione propria, tuttavia, va mantenuta non solo in virtù della base legale, ma anche per scongiurare un possibile effetto di trascinamento.

3 Passi successivi

La SEFRI prende atto delle raccomandazioni di econcept e pianifica le seguenti tappe per l'attuazione.

Collaborazione e coordinamento

Al programma di promozione sarà affiancato un gruppo di lavoro composto da rappresentanti di SEFRI, FSEA, DVLS e dei Cantoni. Il gruppo sarà incaricato di coordinare i lavori dei singoli partner (v. «Responsabilità»).

Attività di sensibilizzazione, informazione e comunicazione

Tenendo conto delle risorse degli stakeholder, la SEFRI elaborerà una strategia comunicativa vincolante con una chiara definizione di competenze e misure.

Sarà attivato un portale per il programma di promozione che conterrà le informazioni complete relative al programma di promozione stesso. Il portale sarà rivolto alle aziende e proporrà anche esempi concreti e informazioni a beneficio di queste ultime.

Processo e condizioni del programma di promozione

Processo di domanda e reporting: i moduli per il processo di domanda e reporting saranno riveduti per rimuovere le ridondanze.

Saranno adattate le condizioni seguenti:

— Partecipazione durante il tempo di lavoro: sarà adattata la comunicazione relativa a questo criterio di promozione. Per questioni legate al diritto in materia di aiuti finanziari, la partecipazione alla misura va computata come tempo di lavoro; non è comunque necessario che la misura si svolga durante il normale orario di lavoro della persona.

— Massimo tre lezioni al giorno: dovrà essere possibile svolgere quattro lezioni al giorno, semplificando così l'organizzazione dei corsi pur garantendo che quanto appreso possa essere messo in pratica.

— Numero di partecipanti: sarà ridotto il numero minimo di partecipanti. I corsi possono tenersi già a partire da tre persone. Per evitare falsi incentivi dovuti al calcolo forfettario, i contributi federali non possono superare i costi sostenuti dagli operatori della formazione. Se le spese documentate dall'azienda per la misura sono inferiori al contributo federale forfettario, saranno rimborsate solo le spese documentate.

Il numero di lezioni non cambierà. Il programma continuerà a promuovere misure per un numero di lezioni compreso tra le 20 e le 40 unità. Nel quadro di programmi cantonali le misure di durata più lunga sono possibili e auspicate.