

## SCHEDE DESCRITTIVE

**MISURA II.1.C****TITOLO**

Il promoter: un nuovo ruolo del formatore per crescere con le imprese (ob.1)

**FASCICOLO 39****PROPONENTE**

ISVOR FIAT

COMPONENTI ATI/ATS	PARTNER INIZIALE	REGIONI
- IAL Piemonte	- Società IKS Isvor Knowledge System S.p A.	Basilicata Calabria Campania Puglia

## DESCRIZIONE DELLA BUONA PRATICA

La *buona pratica*, origine del trasferimento, è stata sviluppata con il progetto “Sistema di formazione continua a rete. Nuovi modelli organizzativi e gestionali ad alta flessibilità” finanziato dalla Regione Piemonte nell’ambito del Programma Interventi di formazione continua ex legge 236/93.

Tra le soluzioni sperimentate per favorire l’integrazione tra il sistema della formazione professionale e il mondo delle PMI è stata definita una nuova figura professionale: il promoter. La figura del promoter unisce alle competenze del formatore la capacità di analizzare i processi operativi di imprese e di organizzazioni. Il promoter si propone come "figura ponte" tra le esigenze di qualificazione del personale delle aziende e le attività di formazione svolte sul territorio.

Nel progetto, realizzato tra Isvor Fiat e Ial Piemonte, è stato sperimentato un modello di formazione continua che ha elaborato un impianto metodologico basato sull’analisi delle competenze e sulla valutazione dei livelli di performance raggiunti. In sintesi, il modello prevede che l’analisi dei fabbisogni formativi di un’azienda abbia inizio dall’analisi dei suoi processi critici, letti in termini di *gap* di competenze rilevati nelle figure professionali coinvolte in tali processi.

Nel corso del progetto sono stati realizzati tre strumenti (analisi dei bisogni, macroprogettazione dei percorsi formativi, monitoraggio dei risultati di apprendimento), finalizzati a supportare il promoter nell’attività di analisi dei processi aziendali e nella predisposizione dell’offerta formativa rispondente alle criticità riscontrate.

L'azione del promoter consiste nel facilitare la creazione di modelli organizzativi/reti di relazioni tra enti di formazione, sistema delle imprese e soggetti preposti al governo dei processi di miglioramento in termini di saperi, di risorse, di organizzazione (Centri per l'Impiego, Università, Pubblica Amministrazione, Associazioni datoriali e dei lavoratori)

### DESCRIZIONE DEL PROCESSO DI TRASFERIMENTO

Il progetto di trasferimento della buona pratica si è proposto il raggiungimento degli obiettivi specifici delineati nel corso della precedente iniziativa, rivalutati sia in ottica di miglioramento rispetto alle criticità emerse sia in ottica di trasferibilità rispetto agli ambiti d'intervento previsti.

Nel dettaglio, il trasferimento della buona pratica ha raggiunto i seguenti obiettivi:

- la diffusione del modello di azione del promoter;
- la validazione della metodologia definita;
- la messa a punto dei tool esistenti e la realizzazione di nuovi strumenti per l'azione del promoter;
- l'implementazione del sistema a rete creato con il precedente progetto.

Il trasferimento in un contesto territoriale differente rispetto all'area coinvolta dal progetto d'origine e le evoluzioni intervenute nei sistemi socio economico locali (es: gli ex uffici di collocamento diventati Centri per l'Impiego) ha richiesto una rivisitazione del modello di azione del *promoter*. In particolare, è stato revisionato l'impianto metodologico adottato nel corso della precedente iniziativa con riferimento al nuovo contesto d'azione (piccole e medie aziende del Sud) e alla necessità manifestata dai promoter coinvolti di snellire il processo metodologico. Inoltre, sono stati integrati nel corso del trasferimento i *tool* predisposti nel progetto di origine; il nuovo set di tool si compone di sette strumenti: analisi dei bisogni, dizionario delle competenze, bilancio delle competenze, macroprogettazione, microprogettazione, valutazione dei risultati, agenda del *promoter*.

Per svolgere la propria funzione di raccordo e snodo tra domanda e offerta di lavoro, il promoter opera in stretto contatto con le PMI e gli Enti di Formazione del territorio e collabora costantemente con i soggetti pubblici e privati che sono coinvolti a vario titolo nei processi di sviluppo socio-economico locale.

### SOGGETTI COINVOLTI / DESTINATARI

Il progetto di trasferimento è stato realizzato da un'ATI costituita tra ISVOR FIAT e IAL Piemonte, Enti che avevano collaborato all'attuazione del progetto origine della buona pratica. L'ATI risulta costruita sulla base di tre criteri: reti preesistenti, le competenze dei componenti, l'affinità di intenti. Per quanto attiene alla ripartizione del carico di lavoro, ISVOR FIAT risulta essere la componente con la maggiore percentuale di impegni.

La costituzione di gruppi di lavoro informali intervenuti nelle varie fasi del progetto e la costituzione di un comitato di pilotaggio composto dai referenti delle società in ATI, si è dimostrata una strategia efficace anche dal punto di vista del processo di comunicazione interna. Questa soluzione ha, infatti, consentito di affrontare con tempestività gli aspetti emersi nel quotidiano, senza compromettere la supervisione sistemica svolta da chi ha delineato le linee guida strategiche del progetto.

I destinatari del progetto sono stati:

- 5 agenzie formative coinvolte nei territori dell'area Obiettivo 1;
- 20 promoter coinvolti dai referenti delle 5 agenzie formative.

## ATTIVITÀ

Nel corso della realizzazione del progetto sono state attuate le seguenti attività:

**Formazione** Il corso di formazione si è posto la finalità di formare una figura professionale denominata "promoter" in grado di presidiare le fasi del processo di formazione (analisi dei bisogni, progettazione e verifica dei percorsi di apprendimento) e contestualmente di analizzare i processi aziendali e rilevare specifici gap di competenze.

Il percorso formativo ha previsto l'approfondimento delle seguenti tematiche: i processi di apprendimento degli adulti, l'analisi dei bisogni delle aziende/organizzazioni, la progettazione di percorsi di apprendimento, la valutazione della formazione, l'analisi del processo di lavoro del promoter all'interno dell'azienda cliente, l'utilizzo dei tool predisposti nel progetto a supporto del promoter, la definizione e l'analisi del ruolo delle agenzie formative all'interno della rete dei promoter, la sistematizzazione delle esperienze di analisi dei bisogni aziendali maturate dai corsisti nel corso della sperimentazione in azienda.

Sono state, inoltre, realizzate attività di sperimentazione presso aziende del territorio di appartenenza delle agenzie formative.

**Accompagnamento e tutoraggio** L'attività è stata finalizzata a supportare i promoter nel trasferimento della metodologia acquisita in aula nei contesti aziendali/organizzativi.

Nel corso della sperimentazione i *promoter* hanno analizzato l'azienda di riferimento, definito il /i processo/i critico/i, individuato le figure professionali coinvolte in tali processi, denominato e descritto le relative competenze, individuati i *gap* di competenze e definito una proposta formativa mirata a colmare i *gap* di competenze rilevati.

**Studi e ricerche** L'attività di studi e ricerche è stata finalizzata all'analisi e alla definizione dell'impianto metodologico e degli strumenti previsti dal progetto per supportare il promoter.

Questa azione ha preso in esame: l'analisi dei punti di forza e delle criticità emerse nel corso della precedente edizione, la definizione dell'impianto metodologico sotteso all'azione del promoter,

l'individuazione/aggiornamento del modello di azione territoriale del promoter, l'elaborazione del processo di riconversione delle agenzie formative, la ridefinizione dei *tool* a supporto del promoter, la definizione del percorso di formazione per promoter.

**Sensibilizzazione** Le iniziative intraprese con quest'attività sono state finalizzate: da un lato, a sensibilizzare le agenzie formative sul modello di azione adottato dal promotore; dall'altro, a diffondere le logiche del progetto nei territori di riferimento, al fine di attivare/rinforzare la rete di relazioni sottesa all'azione del promoter. L'attività è stata realizzata soprattutto attraverso seminari e in misura minore con incontri/riunioni di adesione al progetto e con tavoli di lavoro/concertazione.

**Monitoraggio e valutazione** L'attività di monitoraggio è stata finalizzata a seguire l'andamento delle attività attraverso la rilevazione in itinere e l'osservazione partecipata ad incontri, seminari ecc. Inoltre, è stata realizzata un'attività di valutazione delle azioni formative indirizzata a valutare gli apprendimenti e le reazioni dei destinatari.

## RISULTATI / PRODOTTI

Il progetto ha consentito di formare 20 promoter provenienti da 5 agenzie formative dei territori di Calabria, Basilicata, Puglia, Campania. Nel corso dell'iniziativa è stata creata una rete di promoter supportata dalle relazioni avviate a livello territoriale e dalla predisposizione di una rete telematica finalizzata a sistematizzare e patrimonializzare le analisi svolte, cercando le condizioni per scambi e arricchimenti reciproci.

Sono stati realizzati i seguenti prodotti:

- documenti di formalizzazione del processo di riconversione delle agenzie formative
- mappa delle competenze della figura professionale del promoter
- sette *tool* a supporto dell'attività del promoter
- un set di pacchetti formativi in autoistruzione finalizzati a colmare i gap di competenze rilevati dai promoter in azienda.