Next Generation Salento

Confartigianato Imprese LECCE

Camera di Commercio Lecce

INDICE

1.Premessa

2. Nota metodologica

3. L'analisi: gli studenti

4. L'analisi: le imprese

5. L'analisi: i testimoni privilegiati

6. Conclusioni

.

Elaborazione e stampa
Ottobre 2021

Next Generation Salento

1. Premessa
Innovazione e competitività per le PMI

Il progetto Next Generation Salento promosso e realizzato da Confartigianato Imprese Lecce, con il patrocinio e il contributo della Camera di Commercio di Lecce, nasce dall'esigenza di mappare e analizzare la situazione delle MPMI e PMI locali negli ambiti dell'innovazione e della sostenibilità ambientale in rapporto agli investimenti sulle competenze di settore e trasversali sulle risorse umane.

Oggetto dell'indagine è stato anche il rapporto tra il tessuto produttivo locale e il mondo dell'istruzione e formazione professionale, nell'ottica di favorire il più possibile il matching tra le competenze acquisite dagli studenti / corsisti e le capacità loro richieste da parte delle imprese.

Finalità ultima quella di favorire e facilitare le relazioni tra imprese e fornitori di servizi avanzati: professionisti, consulenti e altri soggetti (es. incubatori di start up, coworking, ...), in modo da stimolare collaborazioni e sinergie volte al rafforzamento e allo sviluppo sostenibile del tessuto economico locale.

2. Nota metodologica

Il progetto è stato rivolto principalmente a tre diversi target di figure: PMI, aspiranti imprenditori/imprenditrici e studenti vogliosi di accrescere le proprie competenze e conoscenze in ambiti specifici.
È stata ideata la mappatura **dello stato dell'arte** attraverso una "progettazione partecipata"
mediante questionari e incontri rivolti a:
1) **Studenti** delle **Scuole** secondarie di primo grado.

Il Questionario è stato presentato in incontri plenari con alcune classi ed è stato compilato da 852 ragazzi/e.
Gli Istituti coinvolti:
• ***I.I.S.S. "A. De Viti De Marco"*** di Casarano
• ***I.I.S.S."Don Tonino Bello e Nino della Notte"*** di Tricase, Poggiardo e Alessano
• ***I.I.S.S. "Egidio la Noce"*** di Maglie (Elettrico, Meccanico e Moda)
• ***I.I.S.S. " Enrico Fermi" Liceo Scientifico - Scienze applicate*** di Lecce
• ***I.I.S.S. Polo Tecnico del Mediterraneo "Aldo Moro"*** di Santa Cesarea Terme
• ***I.I.S.S." Presta - Columella"*** di Lecce (Agrario e Alberghiero)

Con l'obiettivo di capire:
• Come il progetto è utile agli enti coinvolti;
• Cosa vorrebbero gli studenti durante il percorso di studi e dopo;
• Che tipo di lavoro vorrebbero fare nel futuro;
• Le competenze in materia di digitalizzazione;
• Il livello di innovazione;
• L'aspirazione all'auto imprenditorialità;
• La sensibilità verso i temi ambientali

Per la realizzazione del questionario ci hanno affiancato alcuni ***esperti*** - psicologi - che hanno contribuito a pianificare e realizzare, nella maniera più corretta e utile possibile, il contenuto e le modalità di erogazione delle domande che ***sarebbero state somministrate*** alle diverse realtà.

2) Le **PMI**, che hanno partecipato a 3 incontri in presenza:
• ***Movimento Giovani e Movimento Donne***
• ***Categoria Artistico***
• ***Categoria Agroalimentare***
e 63 imprese hanno risposto al questionario somministrato.

Le **categorie** coinvolte sono state:

• ***Agroalimentare*** (Agricoltura e Food)
• ***Artistico***
• ***Benessere***
• ***Commercio e Servizi***
• ***Comunicazione***
• ***Edilizia***
• ***Impianti e meccanica***
• ***Legno-Arredo***
• ***Mobilità e Trasporti***
• ***Moda***

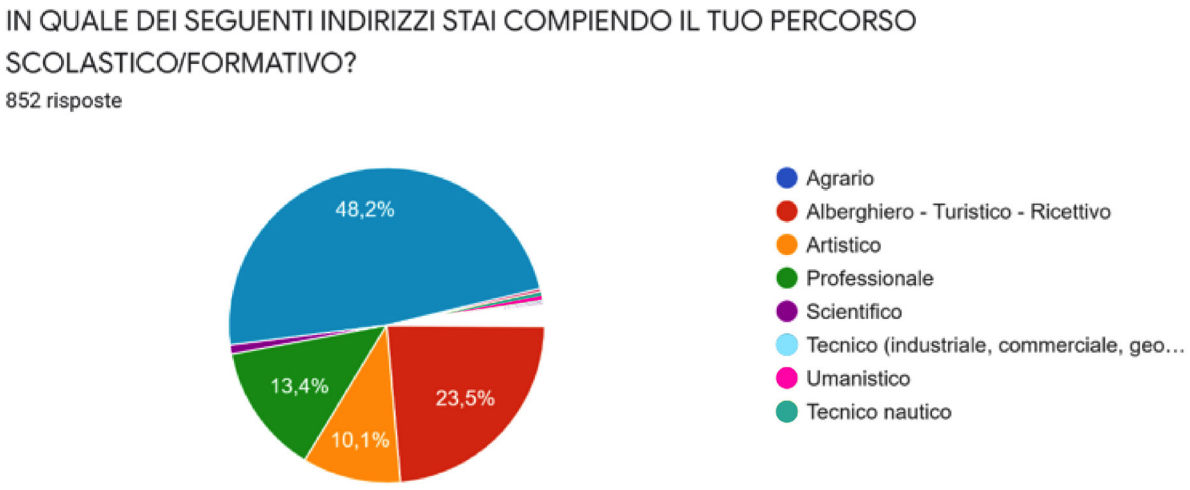
L'obiettivo è stato quello di comprendere:
• Il livello di digitalizzazione;
• Il livello di innovazione;
• Cosa ritengono utile per innovarsi e digitalizzarsi;
• Il mercato di riferimento;
• La sensibilità nei confronti della transizione ecologica, la sostenibilità e l'economia circolare;
• Il livello di supporto che ritengono necessario.

3) **Enti, Associazioni e Università**

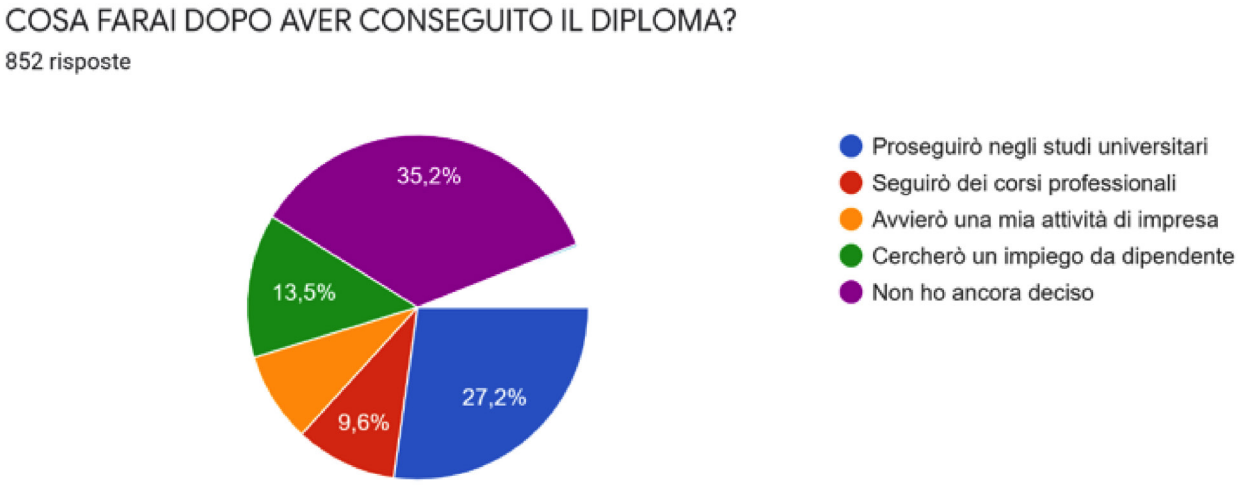
Infine, questionari qualitativi a risposta aperta sono stati proposti ad alcuni testimoni privilegiati, docenti universitari, operatori economici, dirigenti del Sindacato o di altre associazioni di categoria. Sono state compilate 12 interviste.

3. L'analisi: gli studenti

Il questionario diffuso fra gli studenti delle scuole superiori della provincia di Lecce non rappresenta un campione esaustivo quanto a tipologia degli indirizzi scolastici, dal momento che gli Istituti aderenti non comprendono l'intera offerta formativa del Salento. Tuttavia, il numero di questionari compilati (**852**) è rilevante e consente una elaborazione significativa delle risposte.



Il 48,5% degli studenti che hanno compilato il questionario frequentano Istituti tecnici ad indirizzo commerciale, informatico, industriale, il 23,1% Istituti alberghieri e turistici, il 13,4% Istituti professionali, il 10,1% Istituti artistici.
Il dato di "provenienza scolastica" influenza in sostanza tutte le risposte successive, dunque è il caso di tenerlo a mente.
Ad iniziare dal progetto di studi e di vita:

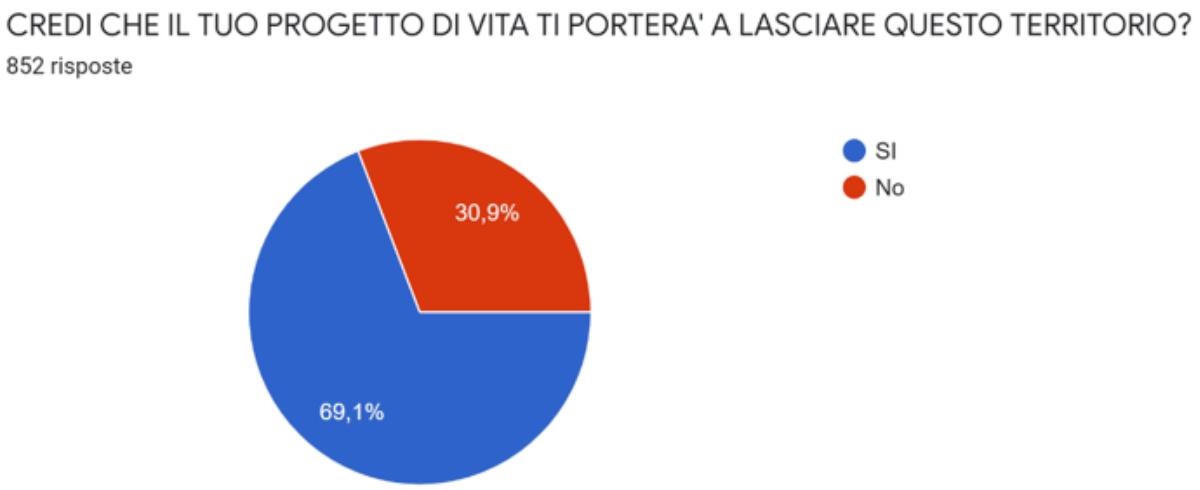


il 35,3% degli intervistati non ha ancora deciso cosa fare dopo aver conseguito il diploma, seguito dal 27,4% che vorrebbe proseguire il proprio percorso iscrivendosi ad una Università. Il 13,3% ritiene che la propria esperienza formativa termini con il ciclo di studi secondario ed è propenso a ricercare un impiego, a questo dato si può aggiungere il 9,6% che vuole ulteriormente professionalizzarsi seguendo corsi di formazione mirata, percentuale pari a coloro che si sentirebbero pronti per avviare un'impresa autonoma.

A questo proposito, però, una successiva domanda con la quale si è chiesta una definizione di autoimprenditorialità ha registrato risposte poco pertinenti: nessuno spiega realmente agli studenti cosa fare per diventare imprenditori e lo spazio e le caratteristiche di una autonoma intrapresa nel mondo del lavoro. Tra le risposte residuali, spicca quella che privilegia nei settori d'impiego quelli che hanno a che fare con forze armate e arruolamenti di vario genere.

Il questionario ha previsto una sezione a risposta aperta nella quale gli studenti potevano addurre motivazioni delle loro opzioni preferenziali. Scontate le ragioni di chi non ha ancora le idee chiare ("sono ancora confuso rispetto al mio futuro", la motivazione prevalente che in pratica ribadisce quanto già dichiarato), emergono invece i forti convincimenti di chi intende proseguire gli studi poiché vorrebbe mettere a frutto alcune specifiche passioni: dalla cucina all'amore per il mare, all'attrazione verso l'aeronautica o le forze armate, sino agli interessi a forte connotazione sociale ("mi piace prendermi cura degli altri" o "mi affascina la criminologia"), e artistica, compreso il web design.

Indipendentemente dal tipo di futuro ipotizzato, il 69,1% degli intervistati si "vede" realizzato in territorio diverso da quello di origine.



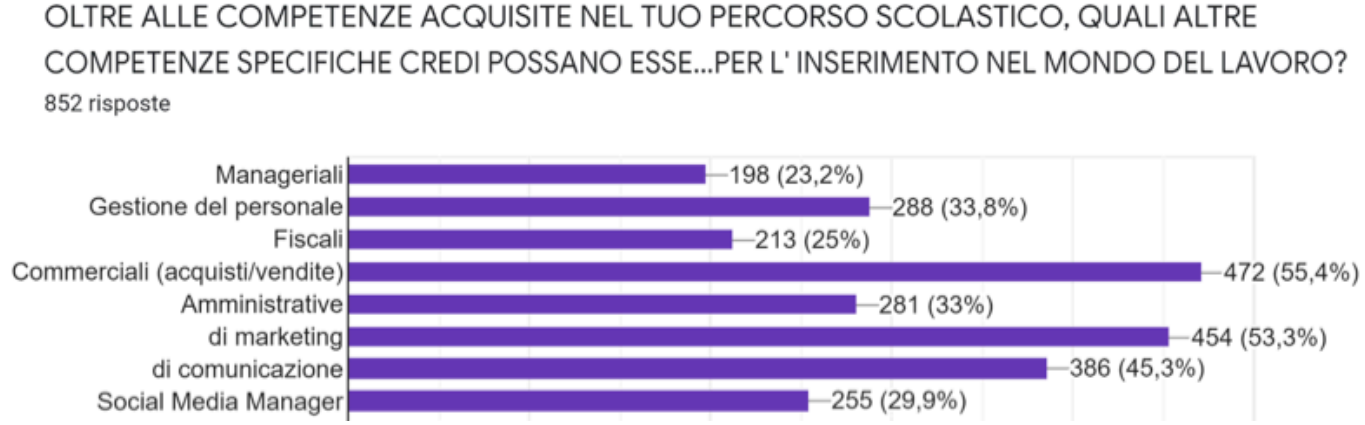
Sarebbe interessante un incrocio fra queste risposte e quelle precedenti, grazie al quale si deduca se fra quanti (il 30,8%) ritengono invece di poter rimanere nel Salento prevalgano gli aspiranti ad un impiego o comunque ad un lavoro dipendente, o invece i potenziali autoimprenditori. A questi ultimi è esplicitamente rivolta la domanda successiva: "Quali ostacoli potrebbero pesare su un tuo progetto d'impresa?".
Le risposte sono quelle che normalmente ci si attenderebbe da un giovane che si affaccia sul pianeta-impresa (nel quale faremmo rientrare anche la semplice apertura di una posizione professionale con P.Iva): il timore di non disporre di sufficienti risorse economiche (il 49,1%), quello di non avere sufficienti competenze tecniche (il

24,6%), il dubbio sulle competenze in materia di mercati e sbocchi commerciali (il 18,3%), e solo in ultimo la paura della burocrazia (il 15,6%).

Singolare che sia residuale il timore per le procedure burocratiche, in un Paese dove per mettere un'impresa bisogna rapportarsi non già con un unico ufficio (come era nelle aspettative del legislatore che istituì anni fa lo Sportello unico per le attività produttive) ma con servizi che spesso non dialogano fra di loro: Camera di Commercio, Comune, Agenzia delle Entrare, Regione, a seconda delle tipologie e delle caratteristiche dell'investimento.
Del resto, anche l'Istituto bancario cui si chiede un'anticipazione si inserisce in questo circuito, dal momento che condiziona l'erogazione del fido ad una serie di documenti che devono essere prodotti da questi Enti pubblici, con il rischio di costringere l'aspirante imprenditore a giri viziosi e spesso infruttuosi.
Queste difficoltà sono ben note agli imprenditori già operanti da tempo, molti dei quali addirittura sostengono che pur di non dover fare i conti con la burocrazia sono disposti a rinunciare ad ampliare l'attività o aprire nuove sedi produttive. Ma a quanto pare, queste difficoltà non sono ancora note agli studenti che abbiamo intervistato.

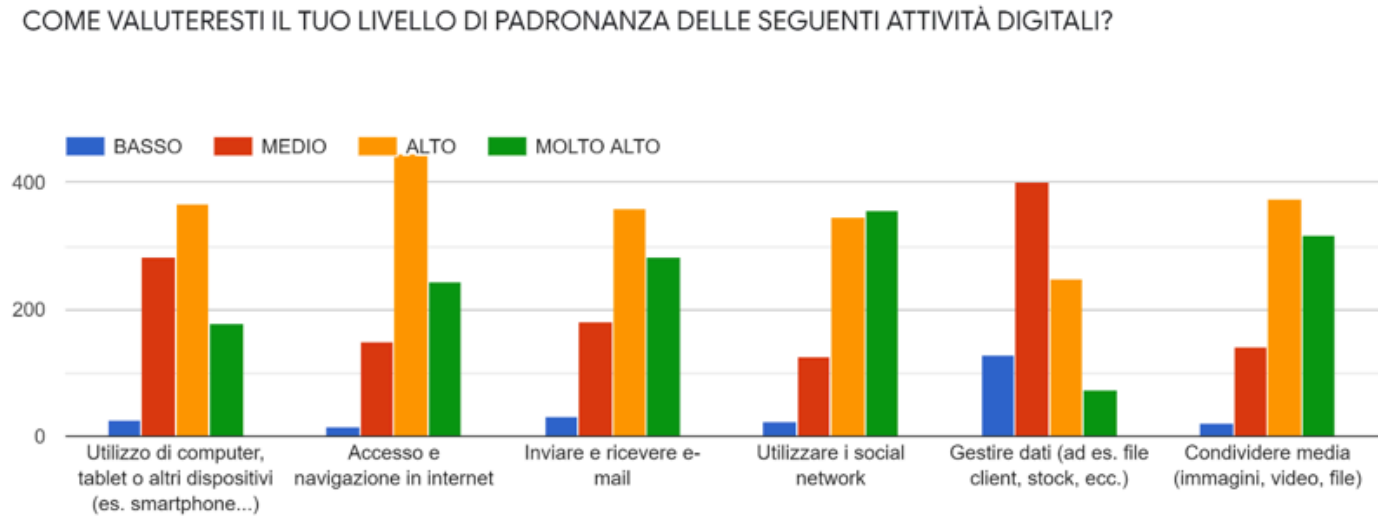
Sui fattori che determinano il successo di un'eventuale impresa, le idee degli studenti coincidono invece con quelle degli imprenditori: al primo posto vi è l'adeguatezza delle risorse umane, seguita da buone perfomance tecnologiche, buone politiche di marketing ed una marcata attenzione alla sostenibilità ambientale.

Più interessanti, anche perché aperte a numerose variabili, le risposte su quali competenze si ritengano utili per entrare nel mondo del lavoro, in aggiunta a quelle scolastiche.



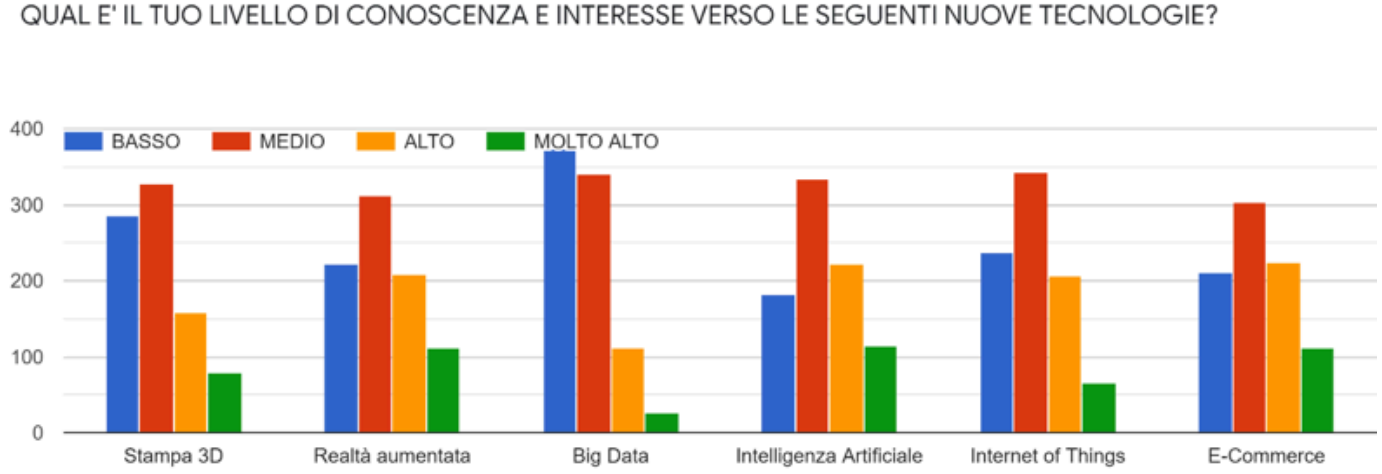
Qui si contendono il primato quelle cosiddette "commerciali" (acquisti, vendite) al 55,4% e quelle riferibili al marketing (al 53,3%), seguite da competenze in materia di comunicazione (al 45,2%), di gestione del personale (al 33,5%), di amministrazione (al 32,9%). Seguono la comunicazione social – distinta dalla comunicazione tradizionale – e le nozioni in materia fiscale.

Appare dunque sufficientemente chiaro agli studenti il sistema di competenze multidisciplinare che oggi è alla base del ciclo di vita di un'azienda, atteso che non è naturalmente dato pensare che l'imprenditore – titolare dell'attività - riassuma in sé la totalità delle competenze richieste.
Nella domanda in questione non erano indicate la "competenze in materia digitale" o quelle in "materia tecnologica", essendo opportunamente ricomprese in due quesiti autonomi.

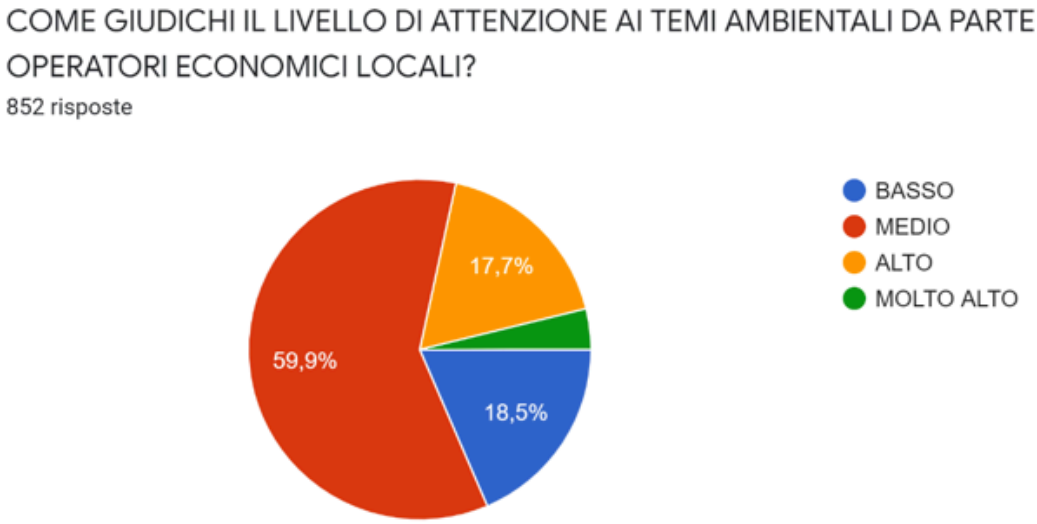


Osserviamo infatti che si è partiti da un dato considerato oggi "scontato" e cioè che non è pensabile che un progetto di futuro, ma in genere un percorso di avviamento al lavoro, non si facciano i conti oggi con una specifica attitudine o preparazione all'innovazione tecnologica, che spesso non è più solo strumento ma addirittura "core" di un'attività. Non stupisce quindi che gli studenti intervistati abbiamo unanimemente attribuito massima importanza alla padronanza con i dispositivi più avanzati, alla presenza sui social ed alla corrispondenza on line, fino alla partecipazione a webinar e call di aggiornamento.
Meno presente l'esigenza di disporre di un'architettura gestionale che pure oggi è fondamentale per il funzionamento ordinario di un'azienda.

Quanto al livello attuale di conoscenza verso le nuove tecnologie, le risposte alla specifica domanda sono di controversa lettura: un po' tutti si attribuiscono una conoscenza "media" verso la Stampa 3D, la Realtà aumentata, il Big Data, l'Intelligenza artificiale, ma il gap maggiore è riscontrabile in materia di Big Data e di Stampa 3D.



Marcata la sensibilità verso i temi ambientali, come è ormai patrimonio diffuso delle giovani generazioni preoccupate di ricevere in eredità un mondo fortemente alterato nelle sue primarie condizioni di vita collettiva, e questo riconoscimento è pari alla diffidenza nei confronti di quanto le aziende tengano a questi temi:



il 59,9% degli studenti intervistati ritiene che le aziende riservino ai temi ambientali un'attenzione definita "media", ma il 18,6% crede che sia "bassa"; percentuali praticamente simili se "spostate" sul livello di sensibilità delle istituzioni locali.

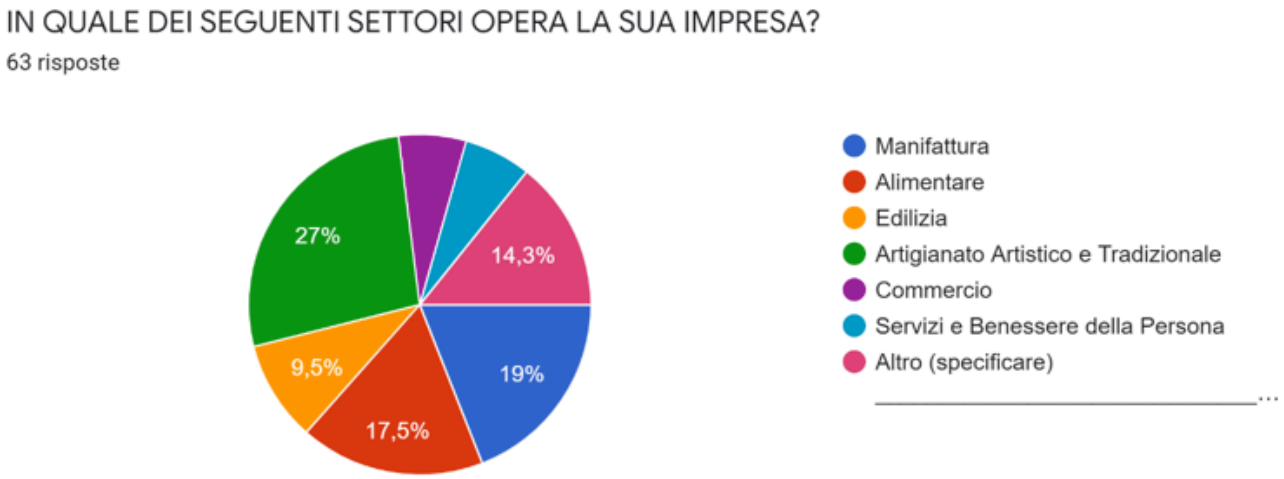
Osservazioni

Il dato che emerge con maggior rilevanza dall'analisi dei questionari dedicati agli studenti degli Istituti superiori salentini è quello tutto sommato confortante della "consapevolezza" dei gap che vanno colmati per aspirare con sufficiente competitività all'ingresso nel mondo del lavoro o ancor di più all'intrapresa di un'attività autonoma. Gap riconducibili per buona parte a competenze che il sistema formativo istituzionale non prevede e che genericamente potremmo riassumere nel termine "trasversali". Ad una specifica domanda sull'allineamento delle competenze acquisite in ambito scolastico paragonate a quelle utili per entrare nel mondo del lavoro, il 47,1% assegna il valore "sufficiente" alla formazione ricevuta. Ora, pur non essendo compresi nei questionari delle domande specifiche sulle "soft skills", va da sé che ciò che sembra far difetto nell'approccio al proprio futuro risieda nella capacità di gestire o semplicemente di partecipare ad un team di lavoro, di dare valore alla coerenza dei "fili rossi" che hanno accompagnato la rispettiva formazione scolastica, a significare quanto delle buone relazioni umane siano condizione prima per il successo professionale e quanto, di contro,

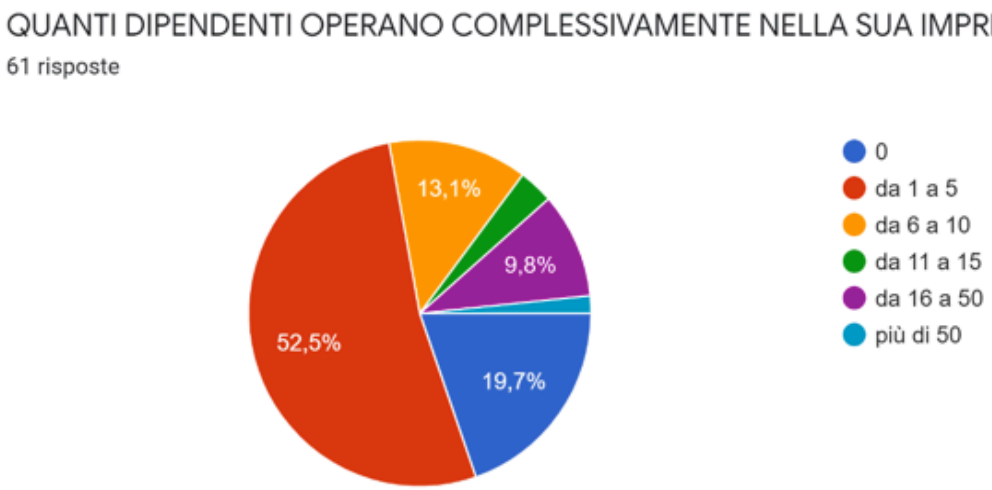
la imprevedibilità e la multidimensionalità dei problemi che possono via via presentarsi richiedano una fondata valorizzazione di tecniche e vocazioni al problem solving.
Stupisce comunque che a fronte della dichiarata disponibilità di molti studenti ad avviare un'attività imprenditoriale (rimanendo al Sud…) non vi sia ancora alcuna materia che nei programmi scolastici richiami il "fare intrapresa" che non a caso, nel momento in cui attrae, non può non spaventare proprio per i dislivelli formativi nel settore marketing, commercializzazione, amministrazione, gestione delle risorse umane, rapporti con la burocrazia e, aggiungeremmo, con il sistema dei pubblici incentivi o dei sollievi fiscali. Tutti ambiti per i quali i novelli, futuri imprenditori avrebbero da subito bisogno di una schiera di consulenti che non operano per beneficienza. Anche perché sembrano – di contro – esserci idee chiare sulle vocazioni territoriali sulle quali per il futuro appare lecito puntare per costruire sviluppo e nuova occupazione: turismo (al primo posto), agricoltura (dato interessante, sino a qualche anno fa impensabile), servizi alla persona. Assente qualsiasi riferimento al manifatturiero.
Per tornare all'"orientamento mancato sull'autoimprenditorilità", si potrebbe pensare ad un servizio pubblico post diploma che sopperisca a questo disagio, almeno nella fase embrionale di un'idea d'impresa, quando essa viene elaborata nelle sue molteplici variabili e magari deve assumere una forma presentabile ad un Istituto bancario. Ma la necessità di essere orientati non è solo riferibile alla giusta direzione da assegnare alla propria voglia d'impresa: è grave il dato che 300 studenti sugli oltre 800 intervistati, pur trovandosi ad un passo dal compiere scelte fondamentali per il proprio futuro, non sappiano da dove partire. Che significa, almeno: chiedersi quali siano le proprie attitudini – verificare se le stesse sono state affiancate da un soddisfacente percorso formativo oppure no – essere consapevoli di ciò che ancora è necessario apprendere prima di compiere scelte sulla carte definitive – avere il quadro delle opportunità post diploma, formative, universitarie o lavorative .
La risposta a queste e altre domande doveva avvenire, sulla carta, grazie ai navigator dislocati nei Centri per l'Impiego. L'idea era buona, quanto abbia funzionato non è lecito azzardare.

4. L'analisi: le imprese

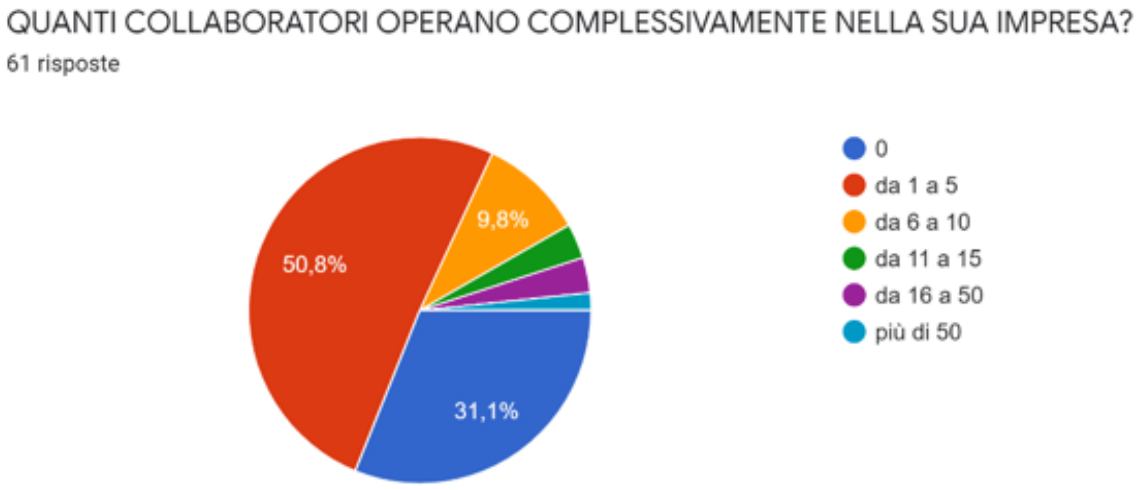
La maggior parte delle imprese che hanno partecipato alla rilevazione appartiene del comparto Artigianato artistico (27%), seguito dai Servizi e Benessere della persona (19%) e dall'Alimentare (17,5%). Meno significative le percentuali di risposte del settore edilizia, alimentare, manifatturiero, mentre il 14% dei questionari sono stati compilati da imprese di Altri e non specifici comparti.



Oltre la metà delle risposte provengono da imprese che annoverano da 1 a 5 dipendenti, dunque di microdimensioni, ben il 19,7% è costituito da imprese con nessun dipendente. Il 13,1% è riferibile a imprese ove sono impiegati da 6 a 10 dipendenti, mentre il 9,8% è di imprese ove lavorano da 16 a 50 dipendenti.

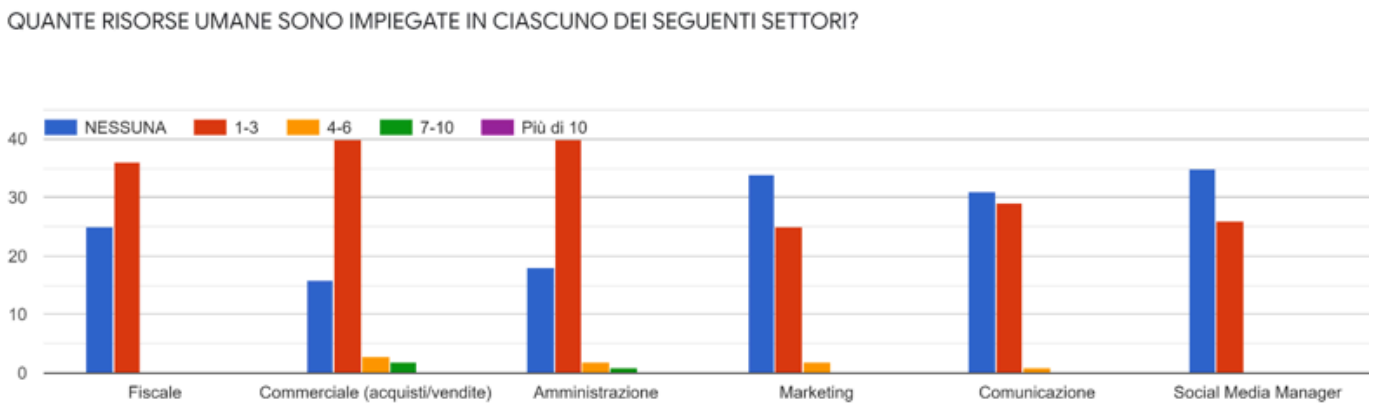


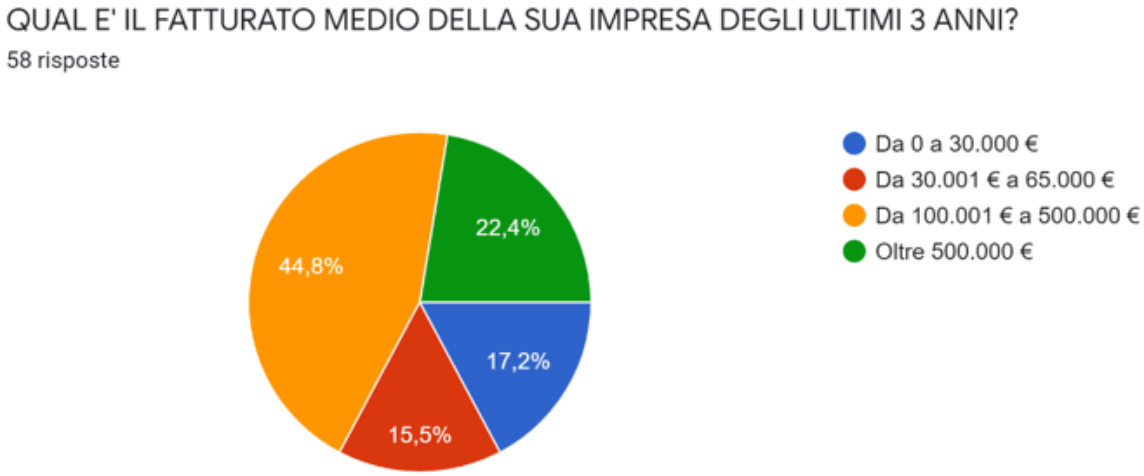
Assimilabile a quello sulle risorse umane interne – considerato nei grandi numeri - il dato dei collaboratori esterni:



anche qui oltre la metà dei questionari è stato compilato da imprese che annoverano da 1 a 5 collaboratori, sale il numero di imprese che non hanno alcun collaboratore (il 31,1%), seguono a ruota le imprese ove prestano le proprie competenze da 6 a 10 collaboratori e via via a decrescere.

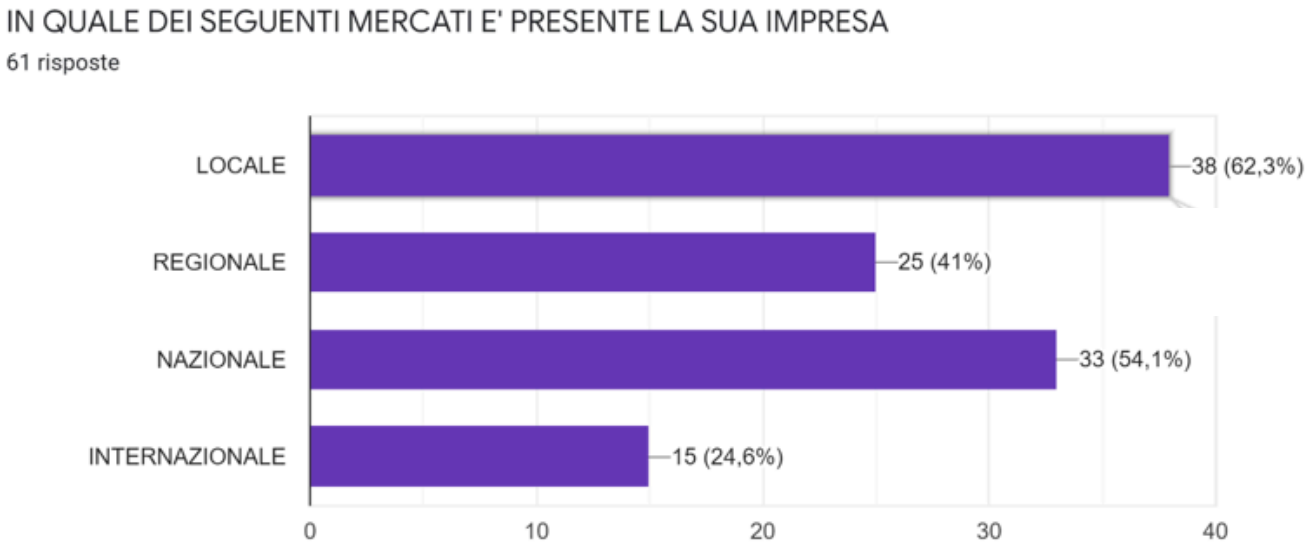
I settori di impiego prevalente – sia di dipendenti che di collaboratori esterni – sono quello fiscale, commerciale ed amministrativo. Interessante la presenza non marginale di risorse umane addette alla comunicazione, sia tradizionale sia social.



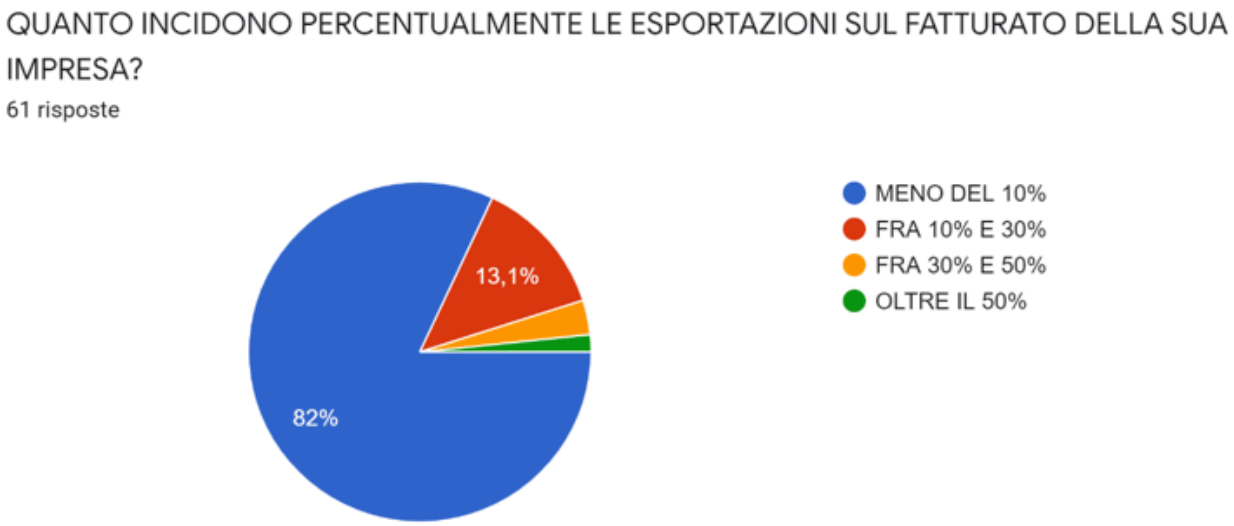


Il 44,8% delle risposte proviene da imprese con fatturato medio annuo da 100.000 a 500.000 euro, il 22,4% da imprese con fatturato superiore a 500.000 euro, a seguire le imprese con fatturato sino a 100.000 euro o con fatturato ancora inferiore.
I settori prevalenti di impiego delle risorse umane non addette alla produzione sono quelli commerciale ed amministrativo, seguono il fiscale ed il marketing.

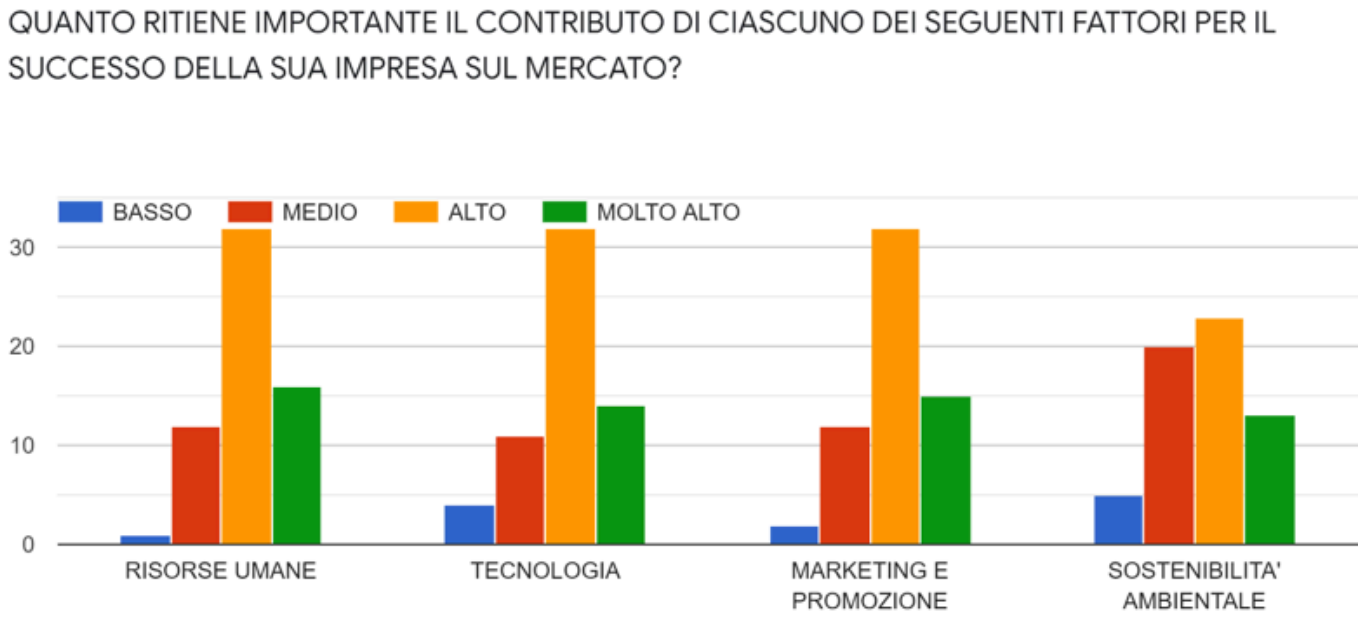
I mercati di riferimento sono in prevalenza quello locale (62,3) e nazionale (54,1%), più staccato il mercato regionale (41%), naturalmente è ipotizzabile che buona parte delle aziende operi sui tre mercati in contemporanea; a parte il dato delle imprese che operano sui mercati internazionali (24,6%).



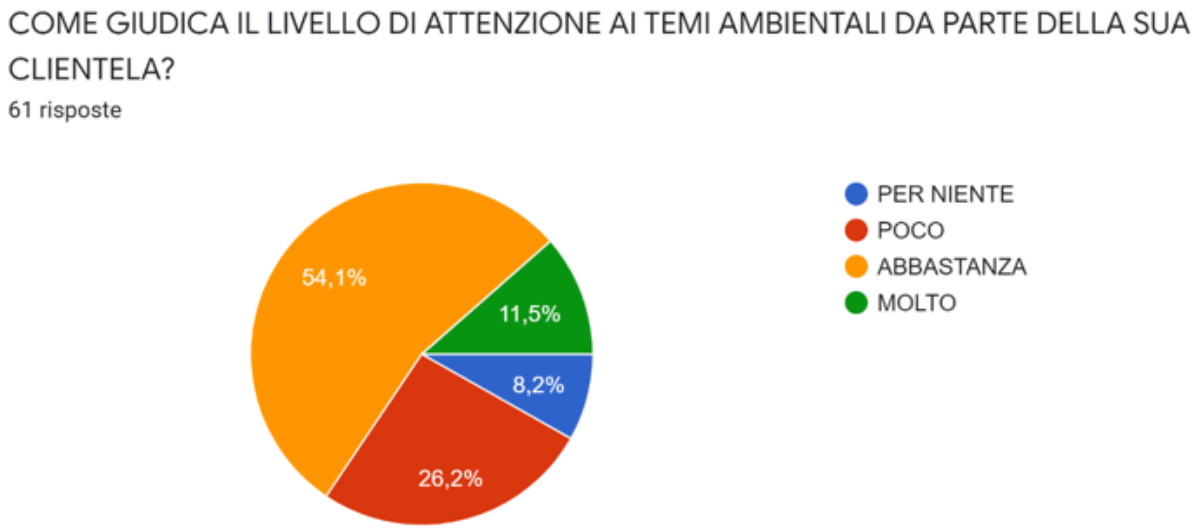
In quest'ultimo caso, il Paese di maggior assorbimento delle esportazioni delle imprese che hanno partecipato al rilevamento è la Germania.
Si tratta di dati marginali, considerando che ben l'82% delle imprese considerate registrano una incidenza irrilevante delle esportazioni sul fatturato (l'82%) e solo il 13,1% dichiara che le esportazioni incidono sul fatturato sino al 30%.



Il mercato estero, in ogni caso, è abbastanza lontano dagli interessi e dalle strategie delle imprese, poiché le risposta al quesito "CHE VALORE ATTRIBUISCI AI SERVIZI PER L'EXPORT?" non produce dati probanti, in ogni caso più che gli incentivi alla partecipazione a Fiere o i servizi di incoming di operatori esteri organizzati dalle istituzioni, si avverte il bisogno del supporto e della consulenza da parte di professionisti particolarmente abilitati alle pratiche di internazionalizzazione.
Proponendo uno "screening" del parco Risorse umane – interne ed esterne – di cui le imprese dispongono e chiedendo una "classifica" riferita all'importanza di determinati fattori, ex aequo risultano proprio l'organizzazione delle Risorse Umane, l'uso di Tecnologie adeguate e le politiche promozionali e di marketing. Più staccato (sopra al 20%, nonostante si potessero scegliere risposte multiple) è il fattore Sostenibilità ambientale. Naturalmente con questo elemento non si valuta il grado di sensibilità personale o dell'azienda rispetto al tema "sostenibilità" o "circolarità" – come vedremo appresso -, la risposta certifica solo che un numero non trascurabile del campione NON ritiene che una strategia coerente ed in linea con i principi della sostenibilità ambientale possa costituire un fattore di successo.

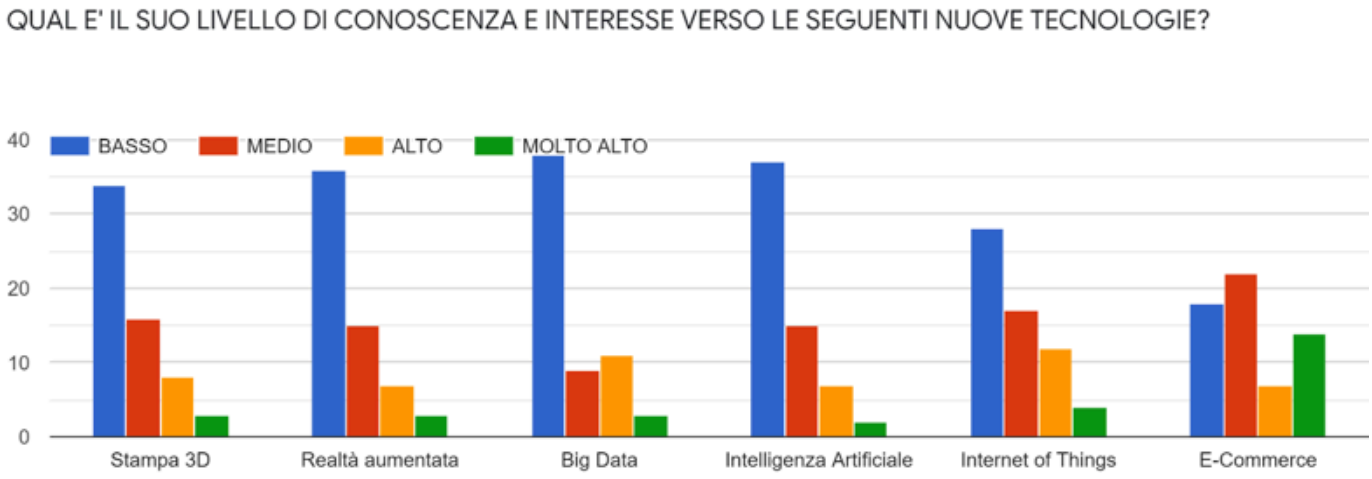


Dato apparentemente in contrasto con quello successivo del 54,1% delle imprese intervistate che riconoscono che la clientela abbia ormai un'attenzione abbastanza marcata verso i temi ambientali e che in una percentuale ancora maggiore (il 68,9%) attribuisce – personalmente – estrema importanza agli stessi.

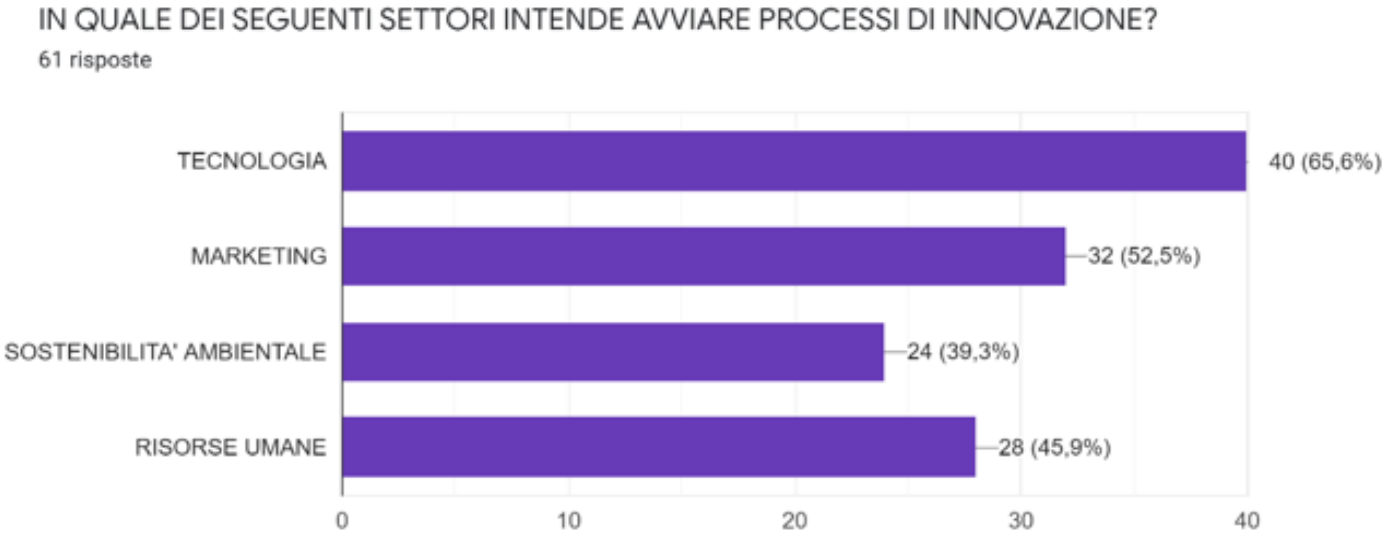


Questi dati si possono leggere così: nessuno contesta che i temi ambientali siano ormai all'apice dell'attenzione sia dei consumatori che delle politiche imprenditoriali, ma sul tema della sostenibilità le imprese – almeno quelle intervistate - hanno ancora bisogno di mettere a punto delle strategie efficaci.

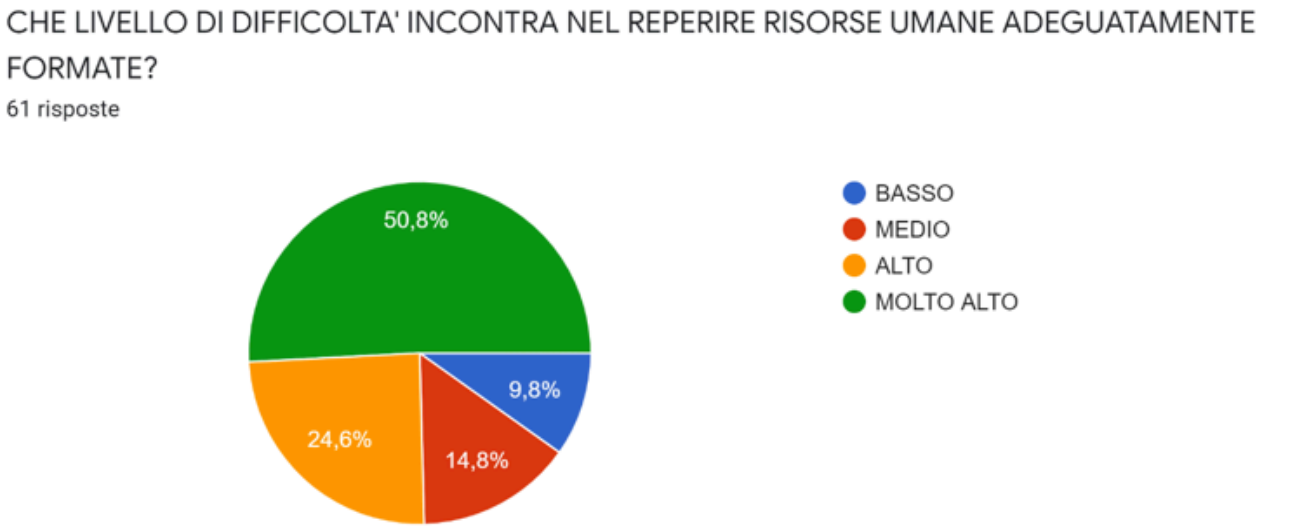
Un altro ambito di indagine è stato quello sulla diffusione delle tecnologie ed in particolare di quelle digitali. Anche qui i dati non appaiono di univoca lettura. Da un lato una percentuale in genere superiore al 20% (erano possibili risposte multiple) giudica "media" o "medio-alta" l'incidenza delle attività digitali nella propria azienda (uso dispositivi, uso mail, gestione dati, etc.), ma il livello di conoscenza (e interesse) verso ambiti quali la Stampa 3D, la Realtà aumentata, i Big Data, l'Intelligenza artificiale è estremamente basso.



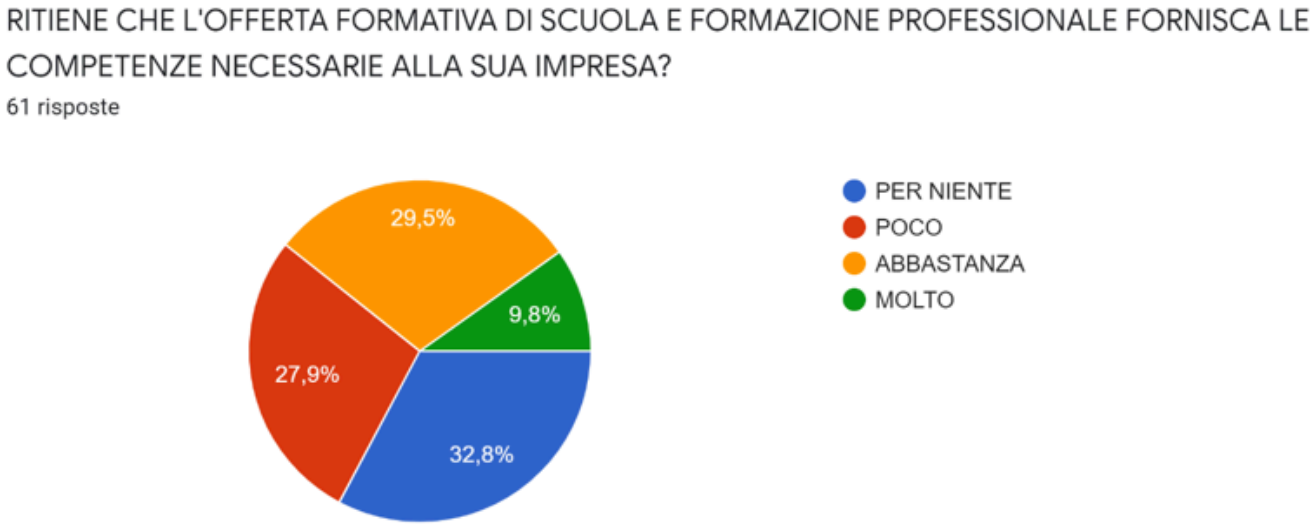
Ciò non toglie che proprio in ambito tecnologico il 65,6% degli intervistati ritiene indispensabile avviare processi di innovazione, più che non nel marketing (52,5%), nelle risorse umane (45,9%), e nella sostenibilità ambientale (39,3%, quest'ultimo dato ci conferma l'atteggiamento contraddittorio verso la green economy e la circolarità).



Ultimo ambito di approfondimento, quello della preparazione e delle competenze delle risorse umane. Il 50,8% delle imprese intervistate ritiene estremamente difficile reperire forza lavoro adeguata alle esigenze, solo il 9,8% non individua tale difficoltà.



Ne consegue che il 32,8% ritiene che l'offerta formativa di scuola e formazione professionalizzante non sia affatto adeguata, ed il 27,9% la giudica comunque poco adeguata. Viene comunque auspicata dalla maggioranza degli intervistati una diversa articolazione del sistema.



Osservazioni

L'esigenza di innovazione – specialmente accompagnata da modifiche sostanziali non solo nei processi produttivi quanto in quelli organizzativi -, ed in particolare di innovazione tecnologica, caratterizza trasversalmente il campione di PMI che hanno risposto al questionario. Tuttavia, gli imprenditori intervistati hanno ammesso di non essere attrezzati a gestire il cambiamento, sia a livello personale, sia – nella stragrande maggioranza – con le risorse umane attualmente a disposizione. Ancora più incerto il "passaggio" ad una gestione circolare dei processi produttivi o, più genericamente, all'adozione di misure e correttivi in linea con una visione sostenibile dello sviluppo e delle proprie prassi. Non sembra altresì emergere dalle risposte una fiducia particolare che alcune incongruenze o insufficienze possano avvalersi del valore apportato da interventi pubblici (sono esclusi da questo item le agevolazioni fiscali o gli aiuti alle imprese che il questionario non trattava), ai quali si preferisce un supporto consulenziale specifico. Sembra in altre parole ancora ben posizionato il ruolo dei consulenti professionali, ai quali sino a ieri si chiedevano prestazioni primarie (in materia fiscale, previdenziale, del lavoro) e oggi potrebbero rispondere alle domande più basilari in tema di innovazione, digitalizzazione, internazionalizzazione. Quanto questo sia verosimile, non è materia di approfondimento in questa sede.

Quanto al sistema scolastico e formativo, lo si ritiene ancora non rispondente rispetto alle aspettative e alle esigenze reali del mercato del lavoro. Il questionario non faceva riferimento ad una valutazione del modello "scuola-impresa", o ad una diversa formulazione degli stage o tirocini, quindi non è dato considerare alcuna proposta innovatrice che in questo campo provenga dalle PMI intervistate, tuttavia è generalizzata la richiesta di più marcate azioni formative atte a migliorare le competenze delle risorse umane in carico e/o preparare eventuali nuovi ingressi.

5. L'analisi: i testimoni privilegiati

I presenti contributi rispondono alle seguenti tracce:
1. In che modo le imprese locali si stanno approcciando ai temi dell'innovazione e della sostenibilità? Quali potrebbero essere delle strategie efficaci per un ampio coinvolgimento in questo percorso di transizione?
2. Ritenete che l'offerta formativa degli istituti di istruzione/formazione della nostra provincia risponda ai bisogni delle imprese? Quali iniziative potrebbero avvicinare maggiormente il mondo della scuola a quello del lavoro?
3. La transizione ecologica e la digitalizzazione sono due sfide irrinunciabili che aumenteranno la domanda di servizi avanzati da parte delle imrese locali. In che modo se ne sta tenendo conto?

***

Innovazione e sostenibilità sono due concetti-chiave per il futuro del sistema economico del Paese, anche riferito alle piccole attività. Capita che a livello intuitivo su questi concetti ci sia condivisione, ma non sia scontato adottarne i principi del commercio o nell'artigianato. In questa fase storica, è questo il compito delle associazioni di categoria.
Sulla formazione, come Confcommercio abbiamo instaurato un rapporto privilegiato con gli Istituti alberghieri, anche per incrementare stage e job day e contribuire a diffondere il concetto che nell'economia terziaria occorrono eccome competenze assai qualificate, contrariamente all'opinione comune. Competenze non solo nei servizi diretti al commercio – nel nostro caso – ma nella digitalizzazione, nell'affiancamento tecnologico, nella transizione. Anche qui, il ruolo delle associazioni di categoria è essenziale.

(Confcommercio, Lecce)

***

Troppe parole astratte sull'innovazione, la categoria non è ancora in condizione di comprendere che l'innovazione porta crescita e sviluppo, anche se ovviamente anche nuove responsabilità.
Sula formazione, la distanza con la scuola è ancora marcata. Si dovrebbero allestire dei laboratori per gli studenti gestiti dalle imprese.
Sulla digitalizzazione e trasformazione ecologica, vale il discorso fatto per l'innovazione, se ne parla molto, a parole sono tutti convinti, ma nella organizzazione della imprese non è cambiato molto.

(Confesercenti,Lecce)

***

Le imprese salentine hanno intrapreso la strada della innovazione e della sostenibilità, sono sufficientemente consapevoli che si tratta di due facce della stessa medaglia, ma hanno bisogno di audit tecnologici, aggiornamenti formativi, incentivi alla transizione.
Il mdl non offre personale tecnico specializzato, gli studenti non "vivono" il lavoro in azienda né assimilano la cultura d'impresa, fra l'altro sono poco o affatto orientati.

(Confindustria,Lecce)

***

Le imprese salentine si stanno approcciando ai temi della innovazione e della sostenibilità in maniera episodica, occorre un maggior coinvolgimento delle associazioni di categoria.
Le politiche attive del lavoro vanno totalmente rifondate, ad oggi la distanza fra domanda di lavoro e offerta formativa è ancora marcata.
Le imprese devono utilizzare le misure incentivanti la transizione e vanno assistite in questo.

(Confapi, Lecce)

***

Vi è un circuito positivo "aperto" fra Università e Associazioni di categoria, sui temi dell'innovazione e sostenibilità.
Ma vi sono disparità fra Istituto e Istituto nel livello di formazione erogata agli studenti.
Sul tema della transizione ecologica vanno utilizzati al meglio i bandi e le opportunità che il PNRR ma anche la Regione Puglia sta emanando.

(CLAAI Puglia)

***

Le imprese che intraprendono la strada della innovazione e della sostenibilità vanno incentivate e assistite, anche nei cambiamenti organizzativi necessari a gestire nuove strategie.
Va perseguita e proseguita l'alternanza scuola-lavoro.

(FSC Lecce)

***

Il sistema imprenditoriale salentino caratterizzato da piccole e piccolissime imprese nonche' da aziende familiari rende complessa la messa a punto di una strategia unica di innovazione o formazione finalizzate a sostenibilita'. Occorre istituire e riconoscere vere e proprie filiere produttive.
Gli ITS sono la risposta giusta – insieme all'alternanza scuola lavoro – per colmare la distanza fra imprese e formazione
la transizione ecologica necessita di infrastrutture materiali ed immateriali, e di progetti in linea con le aspettative del PNRR, che rischiano di non essere all'altezza a causa delle carenze in organico e nelle competenze degli apparati degli enti locali.

(Cisl, Lecce)

***

Occorre un nuovo tavolo di concertazione sociale ed istituzionale per innovazione e PNRR – vi e scarso raccordo con istituti tecnici e professionali, compresi gli ITS – la transizione ecologica non e'solo un processo di trasformazione ambientale e sostenibile, ma l'occasione per una virata a favore di un inserimento occupazionale socialmente equo .

(Uil, Lecce)

***

Ci sono alcuni ambiti specifici nell'offerta imprenditoriale salentina che sembrano innovativi: il turismo, l'accoglienza, l'agricoltura sociale, le spin off dell'Universita'.
Oggi l'offerta formativa e' troppo dipendente dalla managerialita' dei dirigenti scolastici che da un'analisi del rapporto domanda-offerta di competenze. Anche l'alternanza scuola-lavoro non e'andata bene, troppo episodica e strumentale, utile solo alle aziende, non frutto di un patto formativo.
Le sfide sulla transizione ecologica e la digitalizzazione sono viziate dai ritardi della p.a. che rappresentano un freno allo sviluppo territoriale

(Unisalento, G. Spedicato)

***

Le imprese salentine devono poter contare su un servizio di assistenza tecnica, consulenza e progettazione, senza il quale non usciranno vincenti dalla sfida sui temi dell'innovazione e sostenibilita'.
Le imprese devono ragionare in una logica di distretti produttivi, solo cosi' si puo' realizzare un piano di relazioni con il sistema formativo, scuole e universita'.

(Unisalento, A. Salento)

***

Il dato di partenza è amaro (Il Salento incide per lo 0,5% sull'export nazionale, la Puglia per l'1,6) e non sembra che il settore stia maturando il convincimento che accedere all'innovazione è essenziale per recuperare posizioni. Vero che la dimensione "periferica" del sistema Salento può diventare un valore, in termini di qualità della vita e qualità del lavoro. In altre parole: la sostenibilità sociale – che altrove richiede sforzi ingenti – da noi è vicina.
Le scuole devono trasmettere agli studenti non solo nozioni ma concetti: quello di positività, di proattività, di gestione dello stress e delle frustrazioni, di lavoro in team, oltre alla cultura d'impresa. Le soft skills non si trovano a volte nei neolaureati, perché il sistema dell'istruzione non le prevede.
Va demolita la tentazione di ritenere che la sostenibilità sia un utility per il futuro di un'impresa, o una gratificazione volontaristica, si tratta di un passaggio non più rimandabile per il sistema occidentale, se vuole garantire la propria sopravvivenza

(Aforisma)

***

La percezione e' che gli imprenditori salentini stiano compiendo uno sforzo di conoscenza sulle tematiche della sostenibilita' non solo ambientale, ma piu' a livello individuale.
Le occasioni perche' le imprese partecipino a bandi incentivanti la green economy e l'economia circolare non mancano, bisogna che le imprese siano all'altezza nella redazione di progetti innovativi.
L'alternanza scuola-lavoro ha funzionato bene, si puo' migliorare arrivando da parte delle imprese ad una certificazione di competenze per percorsi brevi

(Ascla)

***

Troppi effetti speciali o processi che non inducono a cambiamenti sostanziali, i temi della innovazione e della sostenibilità vengono recepiti in maniera generica dalle imprese salentine, manca una visione fondativa.
Se non si integrano i processi gestionali e curriculari non vi sarà mai il matching fra mondo dell'istruzione e mondo delle imprese.
La transizione ecologica e la digitalizzazione devono fare i conti con i conti economici globali, ovvero vanno stimate le conseguenze nel lungo periodo e su platea diffusa dei cambiamenti. Il semplice risparmio non è innovativo, quando serve a verniciare una città definendola smart senza riflettere sulle conseguenze sociali, inclusive, e di vivibilità collettiva.

(Clio)

6. Conclusioni

Si può correre il rischio di apparire autoreferenziali, ma se si deve sottolineare l'aspetto che più ha fatto riflettere, leggendo le risposte fornite da scuole, imprenditori e associazioni al questionario Next Generation Salento è che le Associazioni di categoria hanno davanti una occasione senza precedenti per dimostrare ancora il loro ruolo sociale.
Vero che da più parti si discute delle "trasformazioni" che le hanno riguardate negli ultimi anni, e, per l'appunto, del bisogno che esse si ripensino, riservando spazi necessari e ordinari alla erogazione dei servizi di base, ma cimentandosi nel contempo in percorsi molto più specializzati di "assistenza tecnica", rivolti ai sistemi produttivi, più che alle singole ditte o imprese.
Ma è proprio la consapevolezza di quanto un'associazione di rappresentanza di interessi diffusi debba oggi reinterpretarsi che giustifica la ricerca che Confartigianato Imprese Lecce ha condotto sul progetto Next Generation Salento, che al di fuori di ogni ferraginosità burocratica l'ha riportata davanti alla visione che hanno gli studenti del loro futuro, alla sensibilità con cui le aziende colgono le sfide epocali che le aspettano, al confronto con Sindacati, Università, altri organismi.

Ne è venuto fuori un quadro interessante che fornisce intanto una preliminare indicazione di metodo: in epoca di co-progettazione e partecipazione sociale alle scelte del cambiamento, sistemi produttivi, apparati dell'istruzione e della formazione e decisori locali devono tornare a intrecciare regolarmente i loro ruoli e le loro responsabilità, confrontare i dati in loro possesso, pre-valutare le occasioni di sviluppo che il PNRR e non solo il PNRR rappresenterà, fornire ai diversi livelli della governance gli elementi utili a smuovere le lentezze delle procedure che costituiscono la palla al piede del Paese.
Le Associazioni di categoria sanno bene che questo compito richiede loro percezioni – intanto – e competenze – subito dopo – sulle quali è inevitabile misurarsi e attrezzarsi: la rispondenza dei tracciati di innovazione, digitalizzazione e riconversione ecologica presso imprese piccole o a conduzione familiare come è la grande maggioranza di quelle salentine varia quasi da caso a caso, è difficile mettere a punto un'unica strategia del cambiamento, è più idoneo recuperare il valore del concetto di "filiera", che da noi esiste nei fatti, meno nelle forme.
E' anche opportuno non limitarsi a fare da altoparlante rispetto alle sfide della innovazione tecnologica e dell'economia circolare ma affiancare gli imprenditori nella misurazione concreta dei benefici – di immediata e di più lunga scadenza – che essi ricaverebbero dall'adozione di misure e correttivi in linea con una visione sostenibile dello sviluppo e dei singoli processi produttivi. Non vi è infatti dubbio che una maggioranza consistente delle imprese intervistate abbia manifestato attenzione marcata verso i temi della transizione, ma il rischio è quello che ad una personale sensibilità non facciano seguito le scelte e i cambiamenti necessari nei sistemi aziendali, anche per insufficiente preparazione di personale "addetto" al cambiamento. Non è un caso che la figura del "change manager" sia oggi sul piano internazionale accreditata come supporto e vettore indispensabile a lavorare sul futuro dei sistemi economici e sociali.

Ed è qui che prendono corpo le considerazioni che gli intervistati hanno prodotto sul rapporto fra imprese e formazione, lavoro in azienda ed istruzione. A dire il vero, le critiche al sistema scolastico e formativo e le considerazioni sulla sua inadeguatezza appaiono meno radicali che in passato, pur in assenza di una connessione sistematicamente virtuosa. Probabilmente, lo sforzo compiuto da dieci anni a questa parte dagli organismi preposti del Miur a favorire la creazione di indirizzi molto specifici nei piani di studio di istituti tecnici o professionali – sforzo coronato da una buona risposta da parte degli studenti – unito al generale favore con cui è stato accolto l'istituto dell'alternanza scuola-lavoro, hanno bendisposto gli imprenditori e convinto che tanto maggiori saranno le occasioni di intreccio fra i due mondi, tanto meglio sarà per tutti. Ciò vale in maniera prevalente per il sistema dell'istruzione secondaria, in quanto la presenza della Università del Salento sembra poter assicurare al territorio – almeno per grandi linee – un'offerta adeguata di competenze intellettuali molto tarate sui temi della sostenibilità, della green economy, della circolarità.

La società di oggi richiede un gioco di squadra.
Si vince o si perde tutti, questo alla fine è lo slogan con cui riassumere gli esiti dei questionari di Next Generation Salento. Se gli enti locali, le imprese e i loro rappresentanti, e anche le associazioni del terzo settore innovativo sapranno architettare risposte positive e concrete alle sfide del futuro, ce ne sarà per tutti.
La PROSSIMA GENERAZIONE DEL/NEL SALENTO avrà l'opportunità di realizzare e di realizzarsi.

Confartigianato Imprese Lecce

Next Generation Salento

Scuola e Formazione

IN QUALE DEI SEGUENTI INDIRIZZI STAI COMPIENDO IL TUO PERCORSO SCOLASTICO/FORMATIVO? *

- Agrario
- Alberghiero - Turistico - Ricettivo
- Artistico
- Professionale
- Scientifico
- Tecnico (industriale, commerciale, geometri, altro..)
- Umanistico
- Altro…

COSA FARAI DOPO AVER CONSEGUITO IL DIPLOMA? *

- Proseguirò negli studi universitari
- Seguirò dei corsi professionali
- Avvierò una mia attività di impresa
- Cercherò un impiego da dipendente
- Non ho ancora deciso

QUAL E' IL MOTIVO PRINCIPALE DELLA TUA SCELTA? *

Testo risposta lunga

CREDI CHE IL TUO PROGETTO DI VITA TI PORTERA' A LASCIARE QUESTO *

- ◯ SI
- ◯ No

SE DOVESSI AVVIARE UN TUO PERCORSO DI IMPRESA, QUALE CREDI POTREBBERO ESSERE I MAGGIORI OSTACOLI? *

- ☐ Non avere abbastanza risorse economiche
- ☐ La burocrazia e i controlli
- ☐ Non conoscere il mercato
- ☐ Non avere sufficienti competenze tecniche
- ☐ Altro:

COSA SIGNIFICA PER TE LA PAROLA AUTOIMPRENDITORIALITA'? *

Testo risposta lunga

QUANTO RITIENI IMPORTANTE IL CONTRIBUTO DI CIASCUNO DEI SEGUENTI FATTORI PER IL SUCCESSO DI UN'IMPRESA SUL MERCATO? *

	BASSO	MEDIO	ALTO	MOLTO ALTO
Risorse umane	◯	◯	◯	◯

COME GIUDICHI L'ALLINEAMENTO FRA LE COMPETENZE RICHIESTE DAL MONDO DEL LAVORO E QUELLE CHE SENTI DI AVER ACQUISITO? *

	1	2	3	4	5	
MOLTO BASSO	○	○	○	○	○	MOLTO ALTO

OLTRE ALLE COMPETENZE ACQUISITE NEL TUO PERCORSO SCOLASTICO, QUALI ALTRE COMPETENZE SPECIFICHE CREDI POSSANO ESSERTI MAGGIORMENTE D'AIUTO PER L' INSERIMENTO NEL MONDO DEL LAVORO? *

- [ ] Manageriali
- [ ] Gestione del personale
- [ ] Fiscali
- [ ] Commerciali (acquisti/vendite)
- [ ] Amministrative
- [ ] di marketing
- [ ] di comunicazione
- [ ] Social Media Manager
- [ ] Altro…

COME VALUTERESTI IL TUO LIVELLO DI PADRONANZA DELLE SEGUENTI ATTIVITÀ DIGITALI? *

	BASSO	MEDIO	ALTO	MOLTO ALTO

QUAL E' IL TUO LIVELLO DI CONOSCENZA E INTERESSE VERSO LE SEGUENTI NUOVE TECNOLOGIE? *

	BASSO	MEDIO	ALTO	MOLTO ALTO
Stampa 3D	○	○	○	○
Realtà aumentata	○	○	○	○
Big Data	○	○	○	○
Intelligenza Artificiale	○	○	○	○
Internet of Things	○	○	○	○
E-Commerce	○	○	○	○

QUALI SETTORI ECONOMICI SECONDO TE DOVREBBERO ESSERE MEGGIORMENTE SOSTENUTI E PROMOSSI NEL NOSTRO TERRITORIO? *

Testo risposta breve

COME DEFINIRESTI IL TUO LIVELLO DI ATTENZIONE E SENSIBILITA' AI TEMI *

- ○ BASSO
- ○ MEDIO

COME GIUDICHI IL LIVELLO DI ATTENZIONE AI TEMI AMBIENTALI DA PARTE DELLE IMPRESE E OPERATORI ECONOMICI LOCALI? *

- ◯ BASSO
- ◯ MEDIO
- ◯ ALTO
- ◯ MOLTO ALTO

COME GIUDICHI IL LIVELLO DI ATTENZIONE AI TEMI AMBIENTALI DA PARTE DELLE ISTITUZIONI LOCALI?

- ◯ BASSO
- ◯ MEDIO
- ◯ ALTO
- ◯ MOLTO ALTO

NEXT GENERATION SALENTO

innovazione e competitività per le PMI

*Campo obbligatorio

1. Email *

_____

2. IN QUALE DEI SEGUENTI SETTORI OPERA LA SUA IMPRESA? *

Contrassegna solo un ovale.

- ◯ Manifattura
- ◯ Alimentare
- ◯ Edilizia
- ◯ Artigianato Artistico e Tradizionale
- ◯ Commercio
- ◯ Servizi e Benessere della Persona
- ◯ Altro (specificare) _____

3. QUANTI DIPENDENTI OPERANO COMPLESSIVAMENTE NELLA SUA IMPRESA? *

Contrassegna solo un ovale.

- ◯ 0
- ◯ da 1 a 5
- ◯ da 6 a 10
- ◯ da 11 a 15
- ◯ da 16 a 50
- ◯ più di 50

4. QUANTI COLLABORATORI OPERANO COMPLESSIVAMENTE NELLA SUA IMPRESA? *

Contrassegna solo un ovale.

- 0
- da 1 a 5
- da 6 a 10
- da 11 a 15
- da 16 a 50
- più di 50

5. QUAL E' IL FATTURATO MEDIO DELLA SUA IMPRESA DEGLI ULTIMI 3 ANNI?

Contrassegna solo un ovale.

- Da 0 a 30.000 €
- Da 30.001 € a 65.000 €
- Da 100.001 € a 500.000 €
- Oltre 500.000 €

6. QUANTE RISORSE UMANE SONO IMPIEGATE IN CIASCUNO DEI SEGUENTI SETTORI? *

Contrassegna solo un ovale per riga.

	NESSUNA	1-3	4-6	7-10	Più di 10
Fiscale					
Commerciale (acquisti/vendite)					
Amministrazione					
Marketing					
Comunicazione					
Social Media Manager					

7. IN QUALE DEI SEGUENTI MERCATI E' PRESENTE LA SUA IMPRESA *

Seleziona tutte le voci applicabili.

- [ ] LOCALE
- [ ] REGIONALE
- [ ] NAZIONALE
- [ ] INTERNAZIONALE

8. IN QUALE AREA/PAESE ESTERO ESPORTA MAGGIORMENTE I SUOI PRODOTTI?

_____

9. QUANTO INCIDONO PERCENTUALMENTE LE ESPORTAZIONI SUL FATTURATO DELLA SUA IMPRESA? *

Contrassegna solo un ovale.

- ◯ MENO DEL 10%
- ◯ FRA 10% E 30%
- ◯ FRA 30% E 50%
- ◯ OLTRE IL 50%

10. CHE VALORE ATTRIBUISCE ALLE SEGUENTI INIZIATIVE PER IL SUCCESSO DELLA SUA IMPRESA SUI MERCATI ESTERI? *

Contrassegna solo un ovale per riga.

	BASSO	MEDIO	ALTO	MOLTO ALTO
"Missioni all'estero e incoming di operatori esteri promosse da istituzioni				
(CCIAA, ICE, Regione, Ass. di Categoria, ecc..)"				
Partecipazione a fiere ed eventi B2B				
"Supporto e consulenza da parte di soggetti privati				
(es. export manager, studi professionali, ecc)"				
Impiego e formazione di risorse umane interne all'azienda				

11. QUANTO RITIENE IMPORTANTE IL CONTRIBUTO DI CIASCUNO DEI SEGUENTI FATTORI PER IL SUCCESSO DELLA SUA IMPRESA SUL MERCATO? *

Contrassegna solo un ovale per riga.

	BASSO	MEDIO	ALTO	MOLTO ALTO
RISORSE UMANE				
TECNOLOGIA				
MARKETING E PROMOZIONE				
SOSTENIBILITA' AMBIENTALE				

12. COME VALUTEREBBE IL LIVELLO DELLA SUA IMPRESA RISPETTO ALLE SEGUENTI ATTIVITÀ DIGITALI? *

Contrassegna solo un ovale per riga.

	BASSO	MEDIO	ALTO	MOLTO ALTO
Utilizzo di computer, tablet o altri dispositivi (es. smartphone...)	◯	◯	◯	◯
Accesso e navigazione in internet	◯	◯	◯	◯
Inviare e ricevere e-mail	◯	◯	◯	◯
Utilizzare i social network	◯	◯	◯	◯
Gestire dati (ad es. file client, stock, ecc.)	◯	◯	◯	◯
Condividere media (immagini, video, file)	◯	◯	◯	◯

13. QUAL E' IL SUO LIVELLO DI CONOSCENZA E INTERESSE VERSO LE SEGUENTI NUOVE TECNOLOGIE? *

Contrassegna solo un ovale per riga.

	BASSO	MEDIO	ALTO	MOLTO ALTO
Stampa 3D	◯	◯	◯	◯
Realtà aumentata	◯	◯	◯	◯
Big Data	◯	◯	◯	◯
Intelligenza Artificiale	◯	◯	◯	◯
Internet of Things	◯	◯	◯	◯
E-Commerce	◯	◯	◯	◯

14. COME GIUDICA IL LIVELLO DI ATTENZIONE AI TEMI AMBIENTALI DA PARTE DELLA SUA CLIENTELA? *

Contrassegna solo un ovale.

- PER NIENTE
- POCO
- ABBASTANZA
- MOLTO

15. E COME IMPRENDITORE, QUANTO RITIENE SIANO IMPORTANTI? *

Contrassegna solo un ovale.

- PER NIENTE
- POCO
- ABBASTANZA
- MOLTO

16. RITIENE CHE L'OFFERTA FORMATIVA DI SCUOLA E FORMAZIONE PROFESSIONALE FORNISCA LE COMPETENZE NECESSARIE ALLA SUA IMPRESA? *

Contrassegna solo un ovale.

- PER NIENTE
- POCO
- ABBASTANZA
- MOLTO

17. CHE LIVELLO DI DIFFICOLTA' INCONTRA NEL REPERIRE RISORSE UMANE ADEGUATAMENTE FORMATE? *

Contrassegna solo un ovale.

- BASSO
- MEDIO
- ALTO
- MOLTO ALTO

18. QUALI AZIONI INTRAPRENDEREBBE PER MIGLIORARE LE COMPETENZE DEI SUOI DIPENDENTI E COLLABORATORI? *

19. IN QUALE DEI SEGUENTI SETTORI INTENDE AVVIARE PROCESSI DI INNOVAZIONE? *

Seleziona tutte le voci applicabili.

- [ ] TECNOLOGIA
- [ ] MARKETING
- [ ] SOSTENIBILITA' AMBIENTALE
- [ ] RISORSE UMANE

20. CONSENSO TRATTAMENTO DATI - REG. UE 2016/679 Con la sottoscrizione del presente modulo, si fornisce il consenso al trattamento dei dati personali da parte di Confartigianato Imprese Lecce, forniti a seguito di collaborazione volontaria all'attività di indagine denominata "Next Generation Salento" promossa dalla suddetta Associazione, ai sensi degli articoli 15-22 e 34 del Reg. UE 2016/679.Il consenso al trattamento dei dati personali è fornito per le finalità sotto indicate:- attività di raccolta dati in forma aggregata ai fini della suddetta indagine; - comunicazione dei risultati dell'indagine; - attività di marketing quali la segnalazione di servizi, con invio tramite posta elettronica, di materiale informativo; -eventuale trasferimento dei dati raccolti a terzi, per la corretta gestione delle richieste dell'utente; attività di marketing quali la segnalazione di servizi, con invio tramite messaggi whatsapp, di materiale informativo. Il titolare del trattamento dati è Confartigianato Imprese Lecce (Piazzetta E.Montale,4 – 73100 Lecce). Qualora desideraste non ricevere più comunicazioni da parte di Confartigianato Imprese Lecce potrete eliminare la sottoscrizione inviando una mail a privacy@confartigianatolecce.it *

Seleziona tutte le voci applicabili.

- [ ] ACCONSENTO
- [ ] NON ACCONSENTO

Questi contenuti non sono creati né avallati da Google.

NEXT GENERATION SALENTO

NEXT GENERATION SALENTO è un progetto di studio e analisi, patrocinato dalla Camera di Commercio di Lecce, il cui obiettivo è mappare e analizzare la situazione delle MPMI e PMI locali negli ambiti dell'innovazione e della sostenibilità, con un particolare focus su digitalizzazione e impiego di nuove tecnologie.

Oggetto dell'indagine è anche il rapporto fra il tessuto produttivo locale e il mondo dell'istruzione e formazione professionale, nell'ottica di favorire il più possibile il matching fra le competenze acquisite dagli studenti/corsisti e le capacità loro richieste da parte delle imprese.

Il terzo ambito di ricerca e mappatura si rivolge alle relazioni fra imprese e fornitori di servizi avanzati: professionisti, consulenti e altri soggetti, in modo da stimolare collaborazioni e sinergie volte all'ampliamento e alla qualificazione dell'offerta.

Vi chiediamo di partecipare attivamente a NEXT GENERATION SALENTO condividendo il vostro punto di vista sui tre ambiti del progetto:

- INNOVAZIONE E SOSTENIBILITÀ;
- MATCHING TRA OFFERTA FORMATIVA E FABBISOGNI OCCUPAZIONALI DELLE IMPRESE LOCALI;
- MIGLIORAMENTO DELL'OFFERTA DI SERVIZI AVANZATI ALLE PMI LOCALI.

1 **In che modo le imprese locali si stanno approcciando ai temi dell'innovazione e della sostenibilità? Quali potrebbero essere delle strategie efficaci per un ampio coinvolgimento in questo percorso di transizione?**

_____

_____

_____

_____

_____

2 **Ritenete che l'offerta formativa degli istituti di istruzione della nostra Provincia risponda ai bisogni delle imprese? Quali iniziative potrebbero avvicinare maggiormente il mondo della scuola a quello del lavoro?**

_____

_____

_____

_____

_____

3 **La transizione ecologica e la digitalizzazione sono due sfide irrinunciabili che aumenteranno la domanda di servizi avanzati da parte delle imprese locali, in che modo se ne sta tenendo conto?**

_____

_____

_____

_____

_____

Questionario compilato da:

Nome _____

Cognome _____

Organizzazione _____

Ruolo _____

• ***I.I.S.S. "A. De Viti De Marco"*** di Casarano

• ***I.I.S.S. "Don Tonino Bello e Nino della Notte"*** di Tricase, Poggiardo e Alessano

• ***I.I.S.S. "Egidio la Noce"*** di Maglie (Elettrico, Meccanico e Moda)

• ***I.I.S.S. " Enrico Fermi" Liceo Scientifico - Scienze applicate*** di Lecce

• ***I.I.S.S. Polo Tecnico del Mediterraneo "Aldo Moro"*** di Santa Cesarea Terme

• ***I.I.S.S." Presta - Columella"*** di Lecce (Agrario e Alberghiero)

Confartigianato Imprese Lecce
P.tta Montale 4 - 73100 Lecce
www.confartigianatolecce.it
Tel. 0832 494360
Email: categorie@confartigianatolecce.it