Linee di indirizzo 2020-2022 per l'attività di promozione di Fondartigianato.

Premessa

Le Parti Sociali istitutive di Fondartigianato con la sottoscrizione della presente Intesa, intendono sostenere la competitività e la attrattività del Fondo stesso, convergendo su alcuni punti chiave per il rilancio e la valorizzazione di questo importante strumento della bilateralità del settore.

Nel corso degli anni, la *governance* del Fondo gli ha consentito di svolgere un ruolo importante a sostegno dello sviluppo e della competitività delle imprese, per la valorizzazione delle risorse umane e della crescita delle competenze, attraverso un'offerta formativa in linea con i bisogni formativi di lavoratori e imprese. Tuttavia, lo scenario in cui Fondartigianato, oggi, si trova a svolgere la propria attività è completamente cambiato, rispetto a quello degli anni immediatamente successivi alla sua costituzione e crescita.

Infatti, il contesto in cui attualmente il Fondo opera è un contesto di concorrenza con gli altri Fondi Interprofessionali e, soprattutto, con i Fondi costituiti da soggetti sociali di non comprovata rappresentatività, che talvolta adottano politiche aggressive e *borderline*. Per questo, nonostante Fondartigianato goda di un buono stato di salute, le Parti Sociali istitutive intendono potenziare lo strumento, a partire dalla sua offerta formativa, e concordano sulla necessità di mettere in campo delle specifiche attività di promozione e comunicazione, anche a supporto dell'attività svolta dalle Articolazioni Regionali.

Linee di indirizzo per una più efficace attività di promozione

Con l'obiettivo di aumentare la conoscenza del Fondo, in primo luogo nei confronti del suo specifico target di riferimento costituito dalle imprese artigiane e relativi lavoratori dipendenti, ed anche volendo rappresentare uno strumento di formazione adeguato per le esigenze formative di tutte le imprese, le Parti Sociali convengono che sia necessario attuare le seguenti azioni per il biennio 2020-2022 per la promozione e la pubblicizzazione dell'immagine e dell'attività dello stesso.

- E' importante favorire il pieno impegno, in materia di promozione, da parte delle articolazioni Regionali del Fondo, anche utilizzando le risorse a ciò destinate e verificare quali siano le ragioni che non permettono ad alcune articolazioni regionali di definire i piani di promozione e quindi utilizzare le risorse loro spettanti per svolgere tale attività sul territorio. In tale direzione, vanno semplificate le attuali procedure per rendere queste risorse più facilmente spendibili, da compendiarsi in un apposito manuale.
  Sulla base dei piani di promozione realizzati in questi anni dalle Articolazioni Regionali, il Fondo potrebbe individuare alcuni "schemi" che possano essere di supporto alle articolazioni ed eventualmente presi a riferimento, anche con l'utilizzo di eventuali risorse specifiche rivolte al sostegno delle Articolazioni Regionali più deboli.
  La struttura nazionale del Fondo deve affiancare le Articolazioni Regionali per supportarle in tale attività di promozione con appositi momenti di incontro e informazione specifica su procedure di definizione ed attuazione delle attività di promozione nonché sulle tempistiche.
- Accanto all'impegno dei territori per la parte di loro competenza, deve parallelamente esserci da parte della struttura nazionale:
  - l'immediata messa in operatività della nuova campagna di comunicazione, già approvata dal CdA del Fondo, volta a rinnovare le sue modalità di comunicazione verso l'esterno e il logo. A questo

deve necessariamente aggiungersi la revisione dell'attuale sito internet del Fondo, la App ad esso dedicata e la sua presenza sui principali Social Network.

- una particolare attenzione a favorire un supporto continuo alle Agenzie Formative/gli Enti accreditati e di dialogo con le articolazioni regionali;
- la realizzazione, a cura della struttura nazionale, di specifiche iniziative divulgative da realizzarsi sul territorio, e con la collaborazione delle Articolazioni Regionali, cogliendo l'opportunità di Fiere o di Eventi/Convegni;
- la verifica dell'opportunità di coinvolgere nell'attività di promozione anche i Consulenti del lavoro, i Commercialisti e i loro rispettivi Ordini Professionali;
- nel quadro delle azioni complessive di valorizzazione della bilateralità di settore, deve essere verificata la possibilità di iniziative congiunte tra i suoi diversi strumenti.

E' importante, inoltre, iniziare a ragionare sulla prossima offerta formativa di Fondartigianato, partendo dall'analisi approfondita dei risultati e delle evidenze che provengono da quella attualmente in corso, favorendo la più ampia accessibilità, procedure semplificate e modalità di presentazione dei progetti a sportello, tempi più rapidi di valutazione e dunque di risposta ai bisogni di mercato.

L'impegno delle Parti Sociali

Le Parti Sociali, convinte della centralità del ruolo che Fondartigianato svolge nell'ambito della formazione e che serva un impegno forte nell'adottare un progetto biennale volto alla promozione dello stesso, convengono sul pianificare incontri periodici sull'andamento delle attività di promozione.

Le Parti prendono atto della volontà espressa dalle Associazioni Datoriali di comparto nel favorire l'adesione al Fondo da parte delle aziende loro associate e rappresentate.

Ulteriore impegno delle Parti è quello di favorire la costituzione delle Articolazioni Regionali, laddove non ancora presenti, e il loro funzionamento.

Le Parti Sociali, altresì, sono consapevoli che proprio nella capacità promozionali, divulgative, informative dell'offerta formativa del Fondo, si gioca la possibilità dello stesso di essere e restare uno degli attori più qualificati e rappresentativi nel complesso panorama dei Fondi paritetici Interprofessionali. La promozione è pertanto un elemento centrale su cui qualificare l'attività della tecnostruttura e degli uffici a ciò preposti, su cui motivare le Parti Sociali regionali e le Articolazioni Regionali, e su cui si concentra l'impegno delle Parti Sociali nazionali.

Roma, 7 febbraio 2020

CONFARTIGIANATO IMPRESE

CNA

CASARTIGIANI

CLAAI

CGIL

CISL

UIL