

RELAZIONE FINALE

E

RAPPORTO VALUTAZIONE

PRO.AGRI.Italia
focus PROdotti per un AGROalimento Innovativo in
Italia
AVS/010B/16II



Sommario

ABSTRACT	1
IL PIANO FORMATIVO	1
PRIORITA' DI INTERVENTO	3
OBIETTIVI GENERALI	3
OBIETTIVI SPECIFICI	7
I RISULTATI	9
METODOLOGIA DIDATTICA	16
LE AZIONI FORMATIVE	19
RILEVAZIONE DEGLI APPRENDIMENTI	19
ATTIVITA' PREPARATORIE E DI ACCOMPAGNAMENTO	21
DIAGNOSI E RILEVAZIONE DEI FABBISOGNI FORMATIVI	22
PREDISPOSIZIONE DI PROGRAMMI OPERATIVI DI FORMAZIONE PER IL PERSONALE	25
PARTENARIATO CON ALTRI PIANI FORMATIVI	26
ATTIVITA' NON FORMATIVE	28
PROGETTAZIONE ATTIVITÀ DEL PIANO	28
PROMOZIONE DELLE ATTIVITÀ E DELLE AZIONI DEL PIANO	29
INDIVIDUAZIONE, SELEZIONE E ORIENTAMENTO DEI PARTECIPANTI	30
MONITORAGGIO FISICO	32
RAPPORTO DI VALUTAZIONE	32
MONITORAGGIO FINANZIARIO	43
COMITATO DI PILOTAGGIO	44
DIFFUSIONE E TRASFERIMENTO DEI RISULTATI	45
RISORSE COINVOLTE NELLE ATTIVITA' NON FORMATIVE – PREPARATORIE E DI ACCOMPAGNAMENTO	46



ABSTRACT

PROAGRI è un piano formativo settoriale che vede coinvolte piccole e medie imprese del settore agroalimentare operanti nelle regioni Lazio, Sicilia, Toscana e Veneto. Il piano si è sviluppato con l'obiettivo di sostenere le aziende beneficiarie e i loro lavoratori in un percorso di sviluppo della competitività attraverso l'efficientamento interno dei processi e l'apertura a nuovi mercati.

Il comparto agroalimentare rappresenta oggi uno dei pochi settori che registrano una ripresa significativa grazie alla valorizzazione dei prodotti Made in Italy e alla innovazione delle imprese del settore. Negli ultimi anni, infatti, il settore agroalimentare ha avviato un percorso di ristrutturazione dei processi produttivi che ha portato con sé anche una riorganizzazione delle risorse umane con una evidente ricaduta sulla competitività delle aziende e sulla loro crescita soprattutto nei mercati esteri.

Pertanto le aziende beneficiarie del piano hanno investito "nella crescita del proprio personale attraverso il potenziamento a l'acquisizione di competenze specifiche e funzionali alla realizzazione di progetti aziendali negli ambiti dell'internazionalizzazione, digitalizzazione e qualificazione dei processi produttivi e dei prodotti".

Si vogliono, in particolare, sviluppare le competenze necessarie per la realizzazione di interventi di sviluppo competitivo negli ambiti sopra descritti.

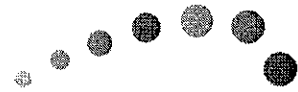
Il piano, come già detto, è stato progettato e realizzato sulla base delle esigenze formative espresse dalle aziende beneficiarie che hanno manifestato i loro interessi nei suddetti ambiti tematici:

- QUALIFICAZIONE DEI PROCESSI PRODUTTIVI E DEI PRODOTTI
- DIGITALIZZAZIONE DEI PROCESSI AZIENDALI
- INTERNAZIONALIZZAZIONE

IL PIANO FORMATIVO

Il piano formativo è stato proposto e realizzato da SDI Soluzioni d'impresa SRL ente di formazione e consulenza aziendale che in oltre vent'anni di attività ha maturato esperienze significative nella progettazione e realizzazione di corsi di formazione destinati alle imprese.





Si tratta di un progetto integrato che coinvolge differenti imprese rientranti nel settore agroalimentare che ha messo in campo diverse azioni, formative e non, finalizzate, in generale, alla creazione di condizioni favorevoli alla crescita per essere più competitivi.

Ai fini dell'attuazione del progetto è stata attivata una struttura tecnico-organizzativa come di seguito descritta:

1. Il Comitato Tecnico Scientifico (CTS) che opera sulle scelte scientifiche progettuali di fondo attraverso specifiche riunioni verbalizzate;
2. Il Comitato paritetico di pilotaggio (CPP) che svolge funzioni di indirizzo e supervisione e verifica affinché siano rispettati i requisiti del piano e i suoi obiettivi, così come previsto da Fondimpresa;
3. Struttura di responsabili di funzione fra i quali il Responsabile didattico e il Responsabile del controllo di gestione/rendicontazione.

Il Piano Formativo ha rappresentato, per le aziende beneficiarie, uno strumento qualificato per l'avvio e/o il rafforzamento delle strategie aziendali concretizzate nei progetti di crescita attivati. Coerentemente con l'obiettivo del piano sono stati realizzati percorsi di sviluppo "del prodotto" e della competitività attraverso la qualificazione di competenze specifiche e funzionali alla realizzazione di progetti aziendali.

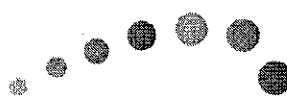
L'articolazione del piano formativo ha seguito le indicazioni suggerite dall'avviso 1/2016 ed è stato realizzato secondo le linee guida dettate da Fondimpresa.

Sono state realizzate tutte le azioni che ne hanno costituito la struttura, ciascuna nei tempi stabiliti nell'intento di ottenerne la massima efficacia. In particolare sono state eseguite:

1. Attività preparatorie e di accompagnamento.
2. Attività non formative.
3. Attività formative.

Tali attività hanno contribuito a definire gli ambiti di sviluppo e le aree tematiche del piano in relazione a quanto previsto dall'avviso.

Il piano PROAGRI si è caratterizzato per più tipologie di interventi caratterizzati da una logica integrata, rivolti direttamente ai lavoratori e alle aziende beneficiarie, che vedono al centro la formazione e le relative attività preparatorie e non formative.



PRIORITA' DI INTERVENTO

PROAGRI è stato pensato e progettato dopo un'attenta analisi del territorio a cui si rivolge e attraverso contatti capillari con le aziende che sono state coinvolte. Grazie a un sistema strutturato di analisi dei fabbisogni si sono potuti individuare i gap di competenze per garantire percorsi di innovazione attraverso strumenti di crescita e di sviluppo delle aziende.

I programmi formativi proposti sono stati allineati alle reali esigenze dei destinatari considerando le caratteristiche qualitative e quantitative di ciascuna impresa.

I risultati dell'analisi di contesto coniugati con le esigenze delle aziende che hanno aderito al Piano Formativo hanno dato vita alle seguenti priorità di intervento e "Obiettivi Quantitativi" di piano:

- 1) Avviare un Piano formativo esecutivo con azioni formative rientranti nelle tre tipologie di aree tematiche dell'avviso (*Qualificazione dei processi produttivi e dei prodotti; Internazionalizzazione; Digitalizzazione dei processi aziendali*)
- 2) Realizzare azioni formative interaziendali per oltre il 5% delle ore totali del piano;
- 3) Realizzare la certificazione delle competenze per oltre al 22,6% delle ore totali del piano;

Formare 205 dipendenti di cui:

- a) N° 74 donne lavoratrici;
 - b) N° 48 lavoratori della categoria: età superiore a 50 anni, lavoratori sospesi (cassa integrazione, contratti di solidarietà),
 - c) N° 18 lavoratori con età compresa tra i 18 e 29 anni;
- 1) Realizzare n° 1628 ore di formazione;
 - 2) Coinvolgere n° 46 aziende

OBIETTIVI GENERALI

Il concept di Piano PROAGRI è stato "sostenere le aziende beneficiarie e i lavoratori nel loro percorso di sviluppo "del prodotto" e della competitività attraverso la qualificazione di competenze specifiche". La competitività delle aziende del settore agroalimentare è correlata al rafforzamento del prodotto, tale aspetto è legato ad altre componenti molto importanti come salute, sicurezza, prestigio che diventano per un'azienda elementi fondamentali per alcune scelte che essa è costretta ad operare.





Pertanto, le attività formative del piano sono state orientate a supporto di progetti aziendali direttamente correlati al tema dell'Internazionalizzazione, a percorsi aziendali riguardanti gli ambiti della Digitalizzazione dei processi e della Qualificazione dei processi produttivi, da intendersi quali interventi di miglioramento interno del sistema azienda, delle risorse e del prodotto. I percorsi di miglioramento delle risorse umane partecipanti all'iniziativa hanno riguardato sia il potenziamento delle loro competenze professionali che quelle trasversali.

Il potenziamento delle competenze professionali e trasversali delle Risorse Umane coinvolte nel piano ha tracciato nuovi percorsi di sviluppo per tutte le aziende che hanno partecipato al piano.

Gli obiettivi generali sono riconducibili all'analisi di contesto effettuata sul territorio di riferimento tenendo conto delle raccomandazioni contenute nell'Avviso di Fondimpresa che ne hanno guidato il percorso.

- 1. Supportare il processo di crescita delle imprese e del settore agroalimentare attraverso attività mirate e trasversali di piano (incontri, seminari/webinar), incentrate in particolare sui temi: internazionalizzazione, marketing e tecniche di produzione.*

Indicatori di monitoraggio del raggiungimento dell'obiettivo:

1) realizzazione di N. 2 seminari informativi/webinar sul lean management

E' stata inviata una newsletter alle aziende partecipanti al piano e non, con la quale sono state date informazioni relative al lean management quale strumento per creare valore aggiunto aumentando la competitività, attraverso la gestione dei processi aziendali e la riduzione degli sprechi.

2) definizione e sperimentazione del check-up dell'internazionalizzazione, con coinvolgimento di almeno N°30 aziende dei territori coinvolti

Nell'ambito delle attività progettuali è stato messo a punto uno strumento di rilevamento dei dati e analisi aziendale volti a capire il grado di conoscenza e di effettiva implementazione del paradigma Industry 4.0 nel settore agroalimentare. Sono stati somministrati n° 28 questionari ed elaborato un report di analisi ed indicazioni di supporto sui temi della competitività e dell'internazionalizzazione, distribuito alle stesse aziende.

Nelle conclusioni del report si mette in evidenza come le aziende intervistate identifichino in una maggiore internazionalizzazione uno dei vantaggi offerti dall'implementazione delle tecnologie Industry 4.0. Ciò conferma la propensione all'internazionalizzazione del comparto e come lo stesso





confidi che una maggiore efficienza nel processo produttivo ottenuta tramite l'implementazione delle tecnologie Industry 4.0 possa conferire più slancio al comparto nei mercati internazionali.

3) Diffusione di materiale promozionale e di diffusione

È stata inviata una newsletter a tutte le aziende partecipanti al piano e non, con l'obiettivo di sensibilizzare ed informare le imprese sui temi dell'internazionalizzazione, del marketing e delle tecniche di produzione che possono essere decisive per lo sviluppo aziendale.

2. Innovare le metodologie formative.

Indicatori di monitoraggio del raggiungimento dell'obiettivo:

1) realizzazione di n. 3 incontri di partenariato;

Nel corso del piano i soggetti partner (SDI; CIVITA; CISITA Parma) hanno avuto modo di confrontarsi su diversi aspetti connessi alla realizzazione delle attività formative del piano e sulle attività a supporto della formazione stessa. È stato realizzato, via Skype, un incontro il 10 maggio 2018 nel quale ci si è confrontati su: 1) Condivisione di modalità e strumenti di coordinamento e di governance; 2) Analisi delle modalità di certificazione delle competenze adottate; 3) Scambio di esperienze (attività, metodi) nell'ambito dell'attività di Diffusione dei risultati. Per quel che concerne il primo punto i partner hanno concordato nell'asserire che i sistemi di monitoraggio messi a punto singolarmente danno la possibilità di controllare in maniera ottimale l'avanzamento dei piani.

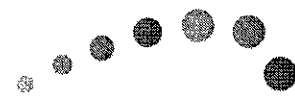
Alla fine dell'incontro i partner hanno preso le seguenti decisioni:

1. Condivisione di modalità e strumenti di coordinamento e di governance

È importante individuare e condividere uno strumento/sistema di monitoraggio in itinere dello stato di adesione delle aziende partecipanti a Fondimpresa fino ad avvenuta rendicontazione dei piani. A tal fine si rende auspicabile un coinvolgimento maggiore da parte del fondo con l'invio di alert (anche da piattaforma o mail) ai soggetti interessati, nei limiti di tempo e modalità consentite dall'INPS.

2. Analisi delle modalità di certificazione delle competenze adottate

Alla luce delle evidenze sopra esposte, in particolare delle criticità di sistema evidenziate sul tema della certificazione delle competenze nella regione Sicilia, si rende indispensabile una collaborazione in itinere tra gli enti proponenti siciliani anche in relazione alla



individuazione di modelli pilota da testare in vista di un Modello regionale da istituzionalizzare entro il 2018.

I partner non siciliani metteranno a disposizione esperienze e best practices, analogamente a quanto fatto nell'ambito della presente attività di partenariato.

3. Scambio di esperienze (attività, metodi) nell'ambito dell'attività Diffusione dei risultati

Nessuna decisione in particolare.

2) Definizione delle linee guida "Metodologie formative e modelli di certificazione delle competenze"

Il soggetto attuatore ha sperimentato, con il Comitato Paritetico di Pilotaggio, la procedura applicata per le azioni previste nel piano. Ha effettuato la certificazione delle competenze attraverso il rilascio di un dossier di attestazione delle competenze verificate, secondo la modalità di certificazione di tipo A (Dispositivi certificazione rilasciati dall'organismo realizzatore). Si tratta di Dispositivi di certificazione che SDI, in quanto realizzatore della formazione, rilascia ai partecipanti, che non hanno un riconoscimento formale da parte di terzi. Nel rilascio delle certificazioni si è fatto riferimento alle figure professionali classificate nei quadri regionali dei profili professionali. I contenuti del documento tracciano le informazioni necessarie a ricostruire l'azione formativa, la valutazione degli apprendimenti individuali e la valutazione delle competenze in esito del partecipante, pertanto il documento funge da attestazione delle competenze con evidenza dei risultati di apprendimento. La valutazione dell'apprendimento si è svolta a chiusura del percorso utilizzando un test a risposta multipla.

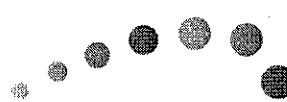
3. Diffondere il valore della formazione finanziata dai fondi interprofessionali

Indicatori di monitoraggio del raggiungimento dell'obiettivo:

1) Realizzazione eventi di diffusione/promozionali

Il 5 giugno a Roma si è tenuto il Convegno di chiusura del piano in collaborazione con le parti sociali settoriali, in occasione del quale sono stati presentati i risultati raggiunti con il piano e diffusi a livello nazionale e settoriale.

2) Realizzazione e diffusione di 500 copie finale della pubblicazione di diffusione dei risultati e altro materiale



Durante l'evento conclusivo del 5 giugno di cui sopra, è stato presentato il report conclusivo di monitoraggio 2017/2018 in cui sono stati riportati i dati finali di 20 piani formativi finanziati da fondimpresa riguardanti il settore agroalimentare. Si tratta di un report pubblicato da Federalimentare, Fondimpresa, le parti sociali in collaborazione con i soggetti attuatori dei piani, in cui viene presentata un'indagine relativa al settore agroalimentare che prende in considerazione gli elementi significativi, in termini di efficacia ed efficienza, dell'attività formativa realizzata, come già detto, nell'ambito dei 20 piani settoriali Agroalimentare, rispondenti all'ambito II dell'Avviso 1-2016 Competitività. Tale report è stato distribuito a tutte le associazioni facenti capo a Federalimentare e si può scaricare sul sito di Federalimentare.

OBIETTIVI SPECIFICI

Gli obiettivi specifici che discendono dalle finalità generali del Piano, sono direttamente collegati alle attese delle aziende beneficiarie e dei lavoratori coinvolti e collegati alle esigenze di sviluppo e valorizzazione del patrimonio umano delle aziende stesse.

Il Piano intende sostenere la crescita e lo sviluppo organizzativo delle aziende beneficiarie attraverso l'innalzamento delle competenze distintive dei lavoratori correlate ai progetti di sviluppo aziendali.

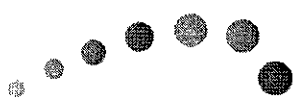
Il Piano ha sviluppato competenze professionali nei seguenti ambiti di crescita della competitività e produttività aziendali:

- 1) Recuperare gap di competenze in ambito di "Qualificazione dei processi produttivi e di prodotti",** per sviluppare professionalità di tipo tecnico organizzativo.
- 2) Recuperare gap di competenze in ambito di "Digitalizzazione dei processi aziendali"** allo scopo di migliorare l'efficienza operativa dell'azienda e sviluppare nuovi prodotti e nuovi mercati.
- 3) Recuperare gap di competenze in ambito di "Internazionalizzazione"** per mettere le imprese nelle condizioni di sapere cogliere la domanda internazionale.

Indicatori di monitoraggio del raggiungimento degli obiettivi specifici:

- 1) Raggiungimento degli obiettivi formativi e dei risultati attesi stabiliti a monte della realizzazione delle singole azioni formative rispetto alle iniziative di sviluppo aziendali, documentabili dal confronto tra le schede dei fabbisogni formativi (somministrata al referente aziendale all'inizio dell'attività formativa in azienda) e la scheda ex post (somministrata al referente aziendale dopo la chiusura dei percorsi formativi), volto a rilevare la soddisfazione e la valutazione delle





competenze e conoscenze acquisite dai partecipanti e il loro impatto rispetto alle attese iniziali. Facendo tale confronto fra le schede dei fabbisogni formativi, compilate prima dell'avvio delle attività formative, e le schede ex post, compilate dai referenti aziendali, a conclusione delle attività realizzate, si evidenzia che sono stati raggiunti appieno i risultati e gli obiettivi formativi stabiliti con le aziende.

2) Realizzazione di:

- ore di formazione in ambito di Digitalizzazione dei processi: in quest'area sono state realizzate il 42% delle ore piano a fronte di una previsione pari al 39,6% con un leggero incremento legato all'ingresso di nuove aziende beneficiarie e alle azioni inserite in corso d'opera.
- ore di formazione in ambito di Internazionalizzazione: sono state realizzate il 33% delle ore del piano a fronte del 38,6% di ore previste, poiché le nuove imprese inserite nel piano hanno preferito realizzare ore di formazione nell'ambito della digitalizzazione.
- ore di formazione in ambito di Qualificazione dei processi produttivi: sono state realizzate il 25% delle ore del piano a fronte del 21,9% di ore previste, con un incremento legato all'ingresso di nuove aziende beneficiarie che avevano l'esigenza di colmare i gap riguardanti le tematiche sulla Digitalizzazione dei processi.

3) Realizzazione, alla fine delle attività formative, delle iniziative di sviluppo aziendali in area, digitalizzazione, innovazione organizzativa e internazionalizzazione, monitorate nella fase ex-post di valutazione.

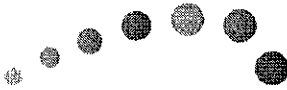
In totale sono state realizzate 1628 ore di formazione nelle aree prioritarie dell'Avviso 1/2016, ripartite in valore assoluto secondo quanto riportato nella seguente tabella.

I fabbisogni formativi del piano, e di conseguenza le ore di formazione, sono il risultato delle esigenze formative delle aziende beneficiarie a supporto delle strategie di innovazione e crescita intraprese.

Le aziende hanno confermato, al momento della pianificazione delle attività, le esigenze e i fabbisogni formativi manifestati in fase di progettazione.

Macro-Area formativi	%	N. Ore	N. Azioni
Qualificazione dei processi produttivi e dei prodotti	24,8%	404	14
Internazionalizzazione	33,2%	540	17
Digitalizzazione dei processi aziendali	42,0%	684	19
Totale		1.628	50





4) Verifica di un livello medio/alto (media 4, rispetto ad una scala Likert da 1 a 5) di customer satisfaction dei lavoratori e delle aziende beneficiarie evincibile dai questionari somministrati alla chiusura delle corrispondenti azioni formative ai lavoratori ed ex post, a chiusura dei percorsi, ai referenti aziendali/management.

I risultati, visibili nell'apposita sezione della presente relazione, hanno evidenziato un gradimento medio alto dei lavoratori e delle aziende in relazione agli interventi formativi realizzati.

I RISULTATI

Il Piano formativo realizzato ha rispecchiato e rispettato gli obiettivi previsti in fase di progettazione ed inoltre sono state concluse tutte le attività formative e non formative in esso indicate.

Al Progetto hanno partecipato complessivamente n. 44 aziende, due in meno rispetto a quelle che avevano aderito nel momento della presentazione del piano, sono state realizzate n. 50 azioni formative per n. 225 partecipanti. Le ore erogate sono state complessivamente 1628 da collocare nelle aree prioritarie dell'Avviso 1/2016.

Si precisa che si è proceduto ad effettuare la sostituzione di un'azienda beneficiaria a cui è subentrata un'altra e la rimodulazione di due azioni destinate a due aziende ritiratesi in fase realizzativa. Ciò non ha alterato i parametri di piano, sia in relazione al numero di ore di formazione e di partecipanti, rientrando nei limiti di ammissibilità previsti dalle Linee Guida alla gestione e rendicontazione dell'Avviso 1/2016, sia dal punto di vista quantitativo di aziende e lavoratori e qualitativo in termini di coerenza con le finalità, gli obiettivi e i contenuti oggetto del piano approvato. Le azioni formative insistono essenzialmente sulle aree della "Digitalizzazione dei processi" che sono state funzionali allo sviluppo di competenze professionali necessarie alla realizzazione di progetti semplici che le beneficiarie hanno avviato. Tra questi progetti vi è l'introduzione di un sistema di digitalizzazione dei documenti passivi per consentirne la fruizione anche in modalità web oppure lo sviluppo e la gestione digitalizzata dei processi di gestione documentale.



Le azioni formative dell'area tematica "Internazionalizzazione" sono state funzionali allo sviluppo di competenze professionali necessarie alla realizzazione di progetti semplici che le beneficiarie hanno avviato per entrare nei mercati internazionali.

Di seguito una tabella riassuntiva degli obiettivi quantitativi del Piano Formativo.

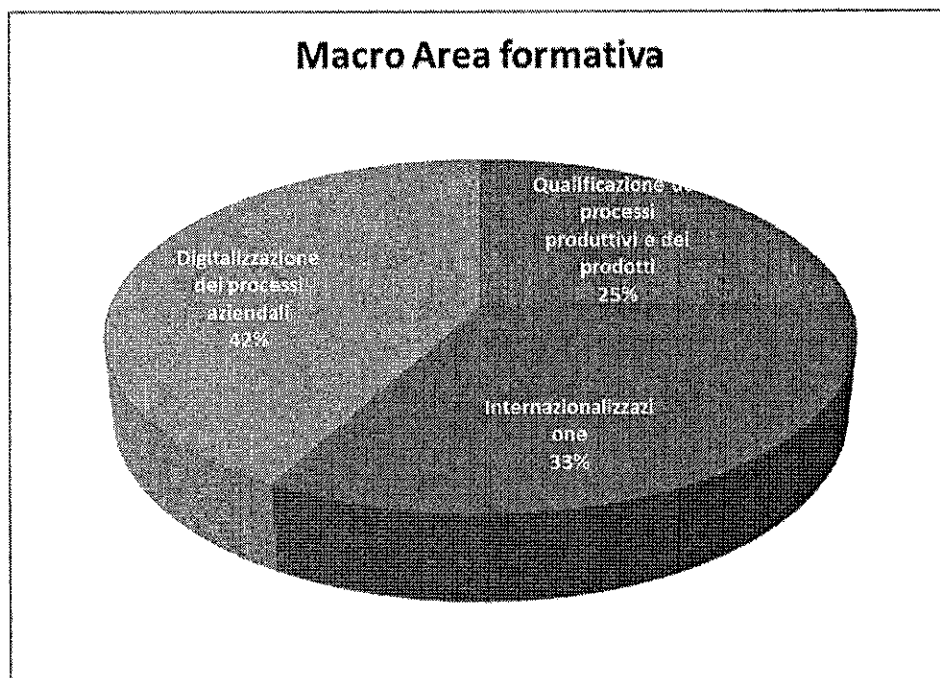
OBIETTIVI QUANTITATIVI del Piano Formativo descritto nel Formulario di presentazione	Obiettivo da piano presentato	Obiettivo da piano presentato Valore Numerico	Rilevazione a fine Piano
	%		% Numerico
Totale delle imprese aderenti (codice fiscale) beneficiarie della formazione nel Piano con propri lavoratori	---	46	44
Lavoratori destinatari della formazione ('teste') provenienti da PMI	97,56%	200	225
Totale lavoratori ('teste') di aziende aderenti destinatari della formazione nel Piano	--	205	225
Totale ore di formazione	1.628		1.628
Ore di formazione delle azioni che si concludono con la certificazione delle competenze	22,60%	368	22,6% - 368
Ore di formazione delle azioni cui partecipano lavoratori di più aziende in rapporto al totale ore di corso	5%	82	5% - 82
donne lavoratrici	36,10%	74	36,44% - 82
lavoratori ('teste') con età superiore a 50 anni, lavoratori sospesi	23,41%	48	27,11% - 61
lavoratori giovani con età compresa tra 18 e 29 anni	8,78%	18	8,78% - 20

Per quel che concerne le attività non formative sono state portate avanti in maniera dettagliata e puntuale al fine di diffondere le informazioni e le attività previste dal piano e favorire la condivisione tra le varie aziende partecipanti alle attività di formazione.

Sono stati adoperati gli strumenti previsti nel piano per poter tarare al meglio i contenuti dei corsi, migliorare gli interventi effettuati al fine di rendere la formazione il più efficace possibile e inerente con gli obiettivi e i risultati condivisi con le singole aziende prima della fase di avvio delle attività.



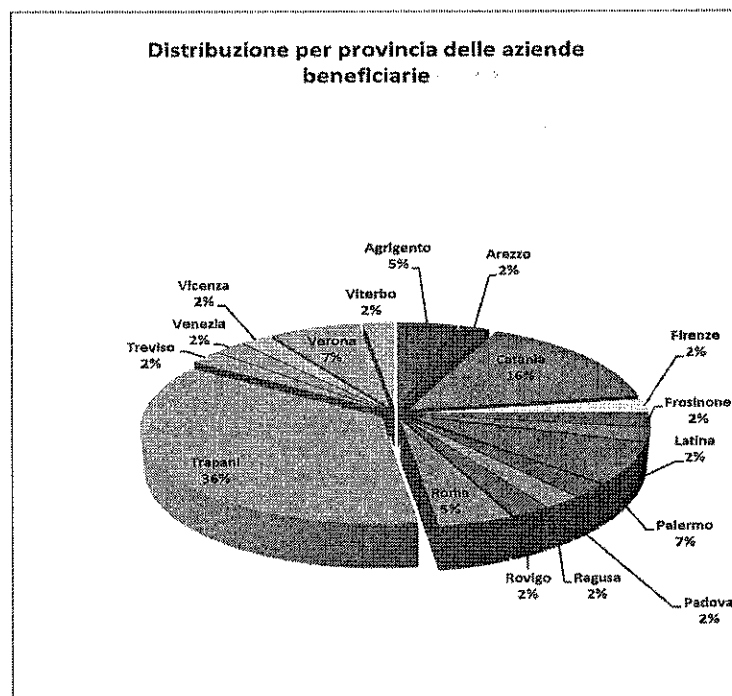
Una sintesi dei risultati raggiunti con le attività del piano è fornita attraverso i grafici di seguito riportati.



Il 42% sul totale delle ore del piano ha riguardato in maggior misura l'area della digitalizzazione dei processi, il 33% l'area dell'internazionalizzazione, il 25% quella della qualificazione dei processi produttivi e dei prodotti. Ciò dimostra che il settore della digitalizzazione per le aziende agroalimentari rappresenta un elemento importante in termini di crescita, miglioramento, sviluppo e competitività all'interno del mercato di riferimento. Il digitale consente di innovare i processi produttivi e di realizzare prodotti di qualità con specifiche tecniche in grado di competere con successo sui mercati nazionali e internazionali. Tutto ciò rappresenta quel cambiamento necessario e urgente di cui le aziende hanno bisogno per ottenere un miglioramento produttivo e un vantaggio economico. Un altro settore importante per le aziende agroalimentari è quello dell'internazionalizzazione, in un mercato globalizzato, dove la competizione è particolarmente accesa e in presenza del dominio della grande distribuzione nei nostri primi quattro mercati di esportazione (Germania, Francia, USA, Inghilterra), la formazione rappresenta per le imprese la chiave del successo per ottenere un segmento all'interno dei mercati internazionali.

Come si vede dal grafico sottostante le province maggiormente coinvolte nella formazione sono Trapani, Catania, Palermo, Agrigento seguono in misura minore le aree di alcune regioni del nord Italia, quali Lazio, Veneto e Toscana, che hanno partecipato al piano. Ciò a dimostrazione che nelle zone del trapanese e del catanese sono più diffuse le aziende agroalimentari che hanno un

interesse a formare i loro dipendenti per creare le condizioni di un maggiore sviluppo e acquisire un segmento nei mercati internazionali.



Dalla tabella sottostante si evince la distribuzione del numero di ore e di corsi suddivisi per area tematica a riprova che le aziende beneficiarie hanno preferito colmare le loro competenze nell'ambito della digitalizzazione dei processi e dell'internazionalizzazione.

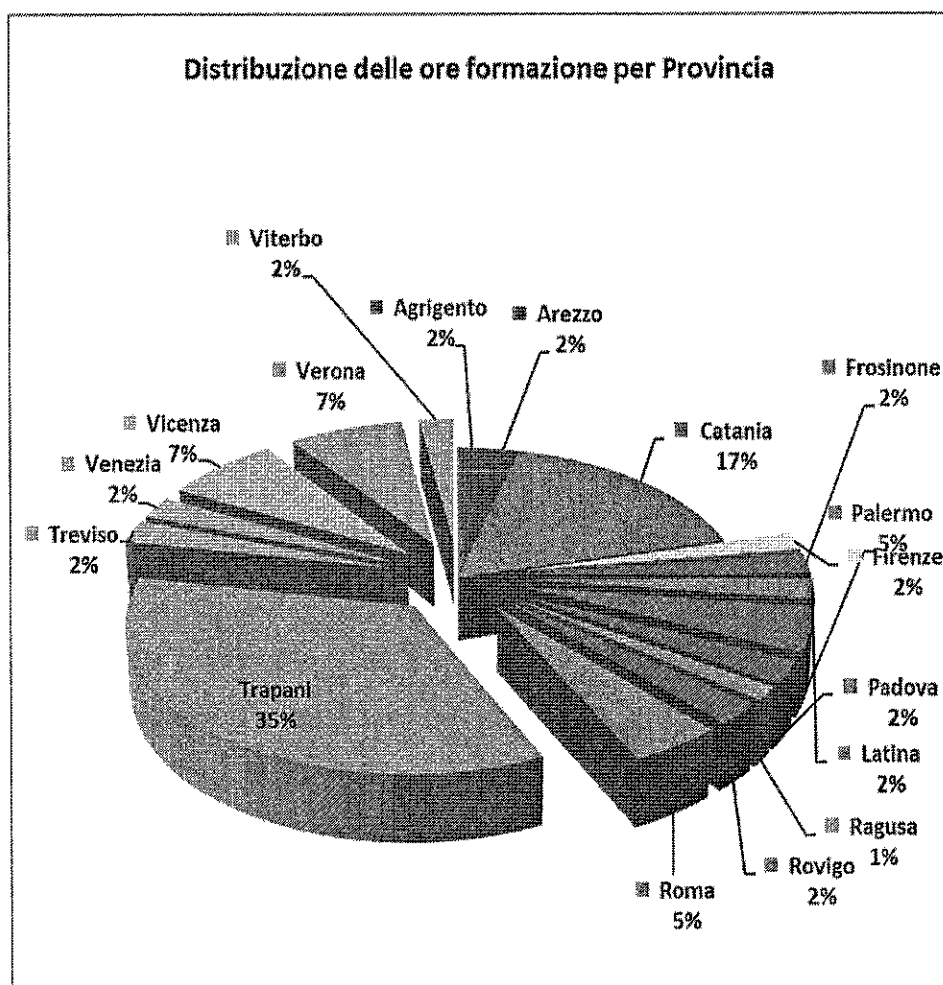
Macro Area Formazione	Tematica formativa	N. Azioni	N. Ore
Digitalizzazione dei processi aziendali	CRM per la gestione delle relazioni con il cliente	1	24
	La tracciabilità e rintracciabilità di filiera informatizzata	1	36
	Reingegnerizzazione dei processi e ICT per l'azienda del settore agroalimentare	6	232
	Sistemi informativi ed informatici per la gestione d'impresa	9	310
	Sistemi informativi ed informatici per la gestione delle vendite	2	82
Qualificazione dei processi produttivi e dei prodotti	Come contenere i rischi di produzione nell'azienda agroalimentare per mantenere le prestazioni del processo produttivo	7	208
	Etichettatura alimentare e gestione degli allergeni	1	8
	La gestione della qualità nel processo produttivo	4	156
	Qualità e rischio del processo produttivo	1	8

88

	Uso efficiente dell'energia per la riduzione dei costi di produzione	1	24
Internazionalizzazione	Certificazioni di prodotto - processo per l'export	3	92
	Lingue per l'export	4	128
	Marketing internazionale del Made in Italy	8	280
	Tecniche del commercio internazionale	1	8
	Web marketing e kit di promozione per l'export	1	32

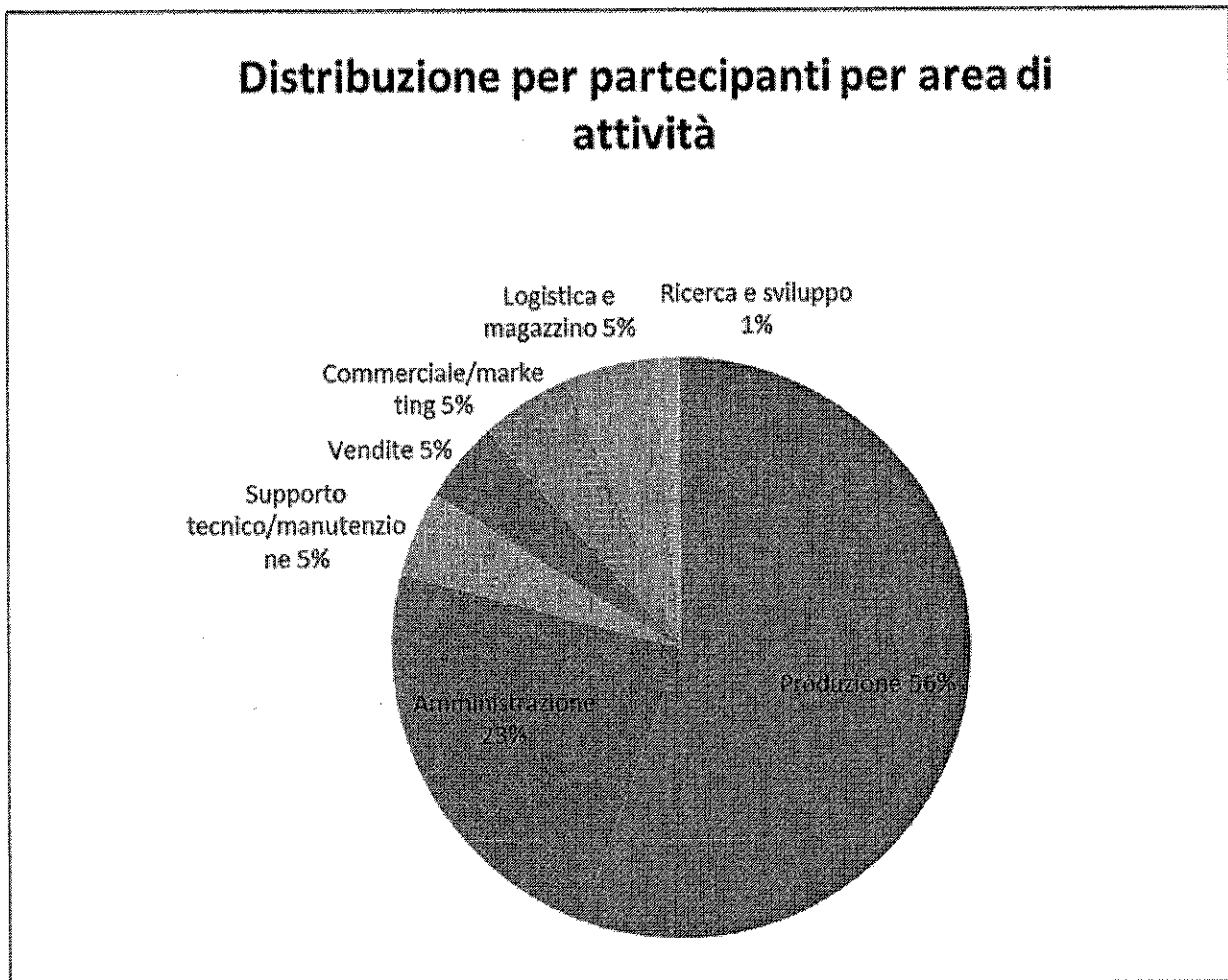
50 1628

Il grafico sottostante relativo alla distribuzione delle ore di formazione per provincia conferma i dati riportati nel grafico precedente riguardante le province maggiormente coinvolte nella formazione per quanto riguarda le province del Sud, per quelle del Nord abbiamo invece un cambiamento per quel che concerne qualche zona del Veneto e della Toscana.



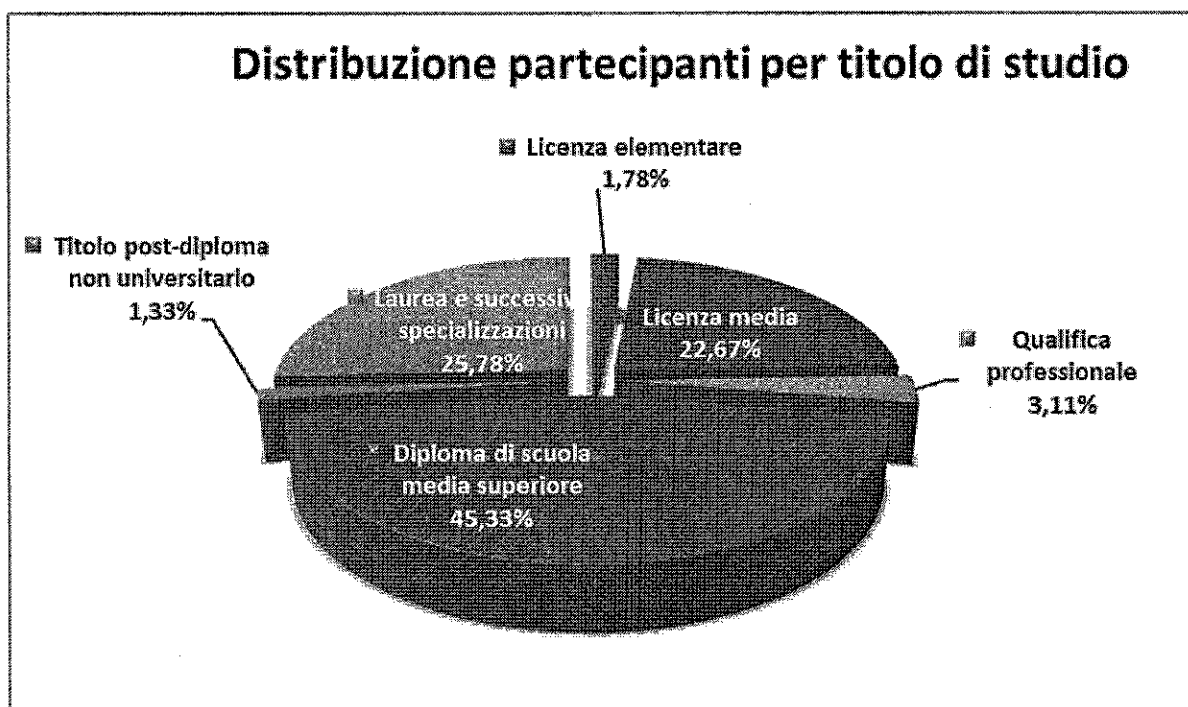
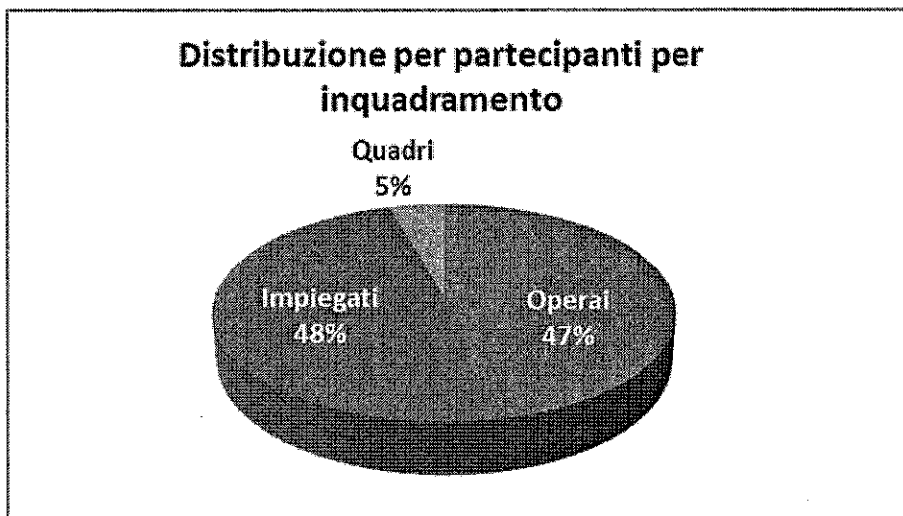
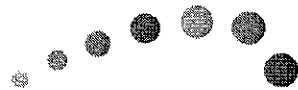
5

Dal grafico sottostante si può notare che i dipendenti maggiormente coinvolti nella formazione sono quelli che si trovano nei settori produttivi, siano essi impiegati o operai. Ciò dimostra che, anche nella formazione, si cerca di investire sempre di più nei settori produttivi che sono quelli che a tutt'oggi rappresentano i fattori di miglioramento economico e allo stesso tempo più redditizi per un'azienda. Segue poi il settore dell'amministrazione, abbiamo poi il supporto tecnico e manutenzione, la logistica, il magazzino, commerciale (tutti con lo stesso valore) e infine ricerca e sviluppo.

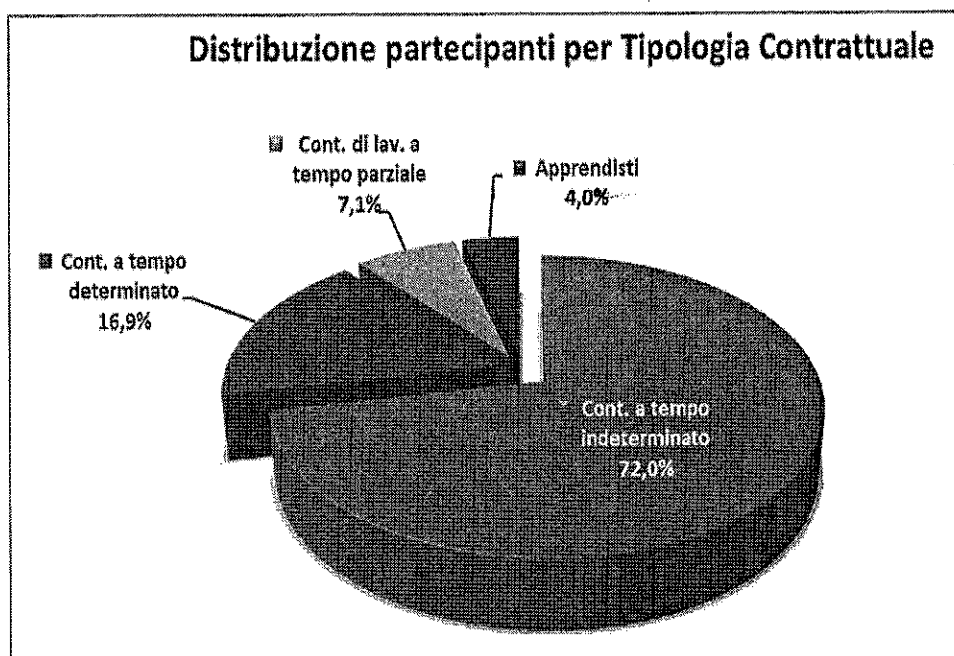


Il grafico successivo mostra, in relazione a quanto detto sopra, che i soggetti maggiormente coinvolti nella formazione sono gli impiegati a cui seguono con una percentuale di differenza minima gli operai. Questo dimostra che vi è un interesse da parte delle aziende di tenere sempre aggiornati i loro dipendenti in funzione ai ruoli che ricoprono al loro interno per migliorare la loro efficacia ed efficienza al fine di diventare sempre più competitive ed ottenere un maggiore profitto.

Q



I partecipanti al corso posseggono un livello di scolarizzazione medio-alto, di fatti la maggior parte possiede un diploma, una buona percentuale la laurea e gli altri hanno la licenza media. I partecipanti ai singoli corsi scelti dalle aziende all'interno delle aule erano tra loro ben amalgamati, sia dal punto di vista del tipo di lavoro svolto sia da quello del livello di conoscenza, ciò ha permesso di facilitare il processo di apprendimento.



Il 72% dei partecipanti al piano possiede un contratto a tempo indeterminato, seguono poi coloro che hanno un contratto a tempo determinato, quelli che hanno un contratto parziale e gli apprendisti.

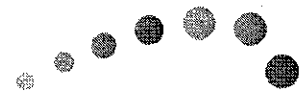
I risultati del Piano formativo sono una conferma dell'importanza strategica che la formazione continua assume per le aziende come quelle agroalimentari che perseguono i seguenti obiettivi: aumentare la produttività, essere più competitivi all'interno del mercato di riferimento ed entrare nei mercati internazionali.

Lo sviluppo della persona e la competitività delle imprese sono strettamente legati alla loro capacità di promuovere e avviare processi di innovazione, capacità che si raggiunge solo attraverso percorsi formativi volti all'aggiornamento e alla qualificazione professionale.

La formazione fornisce strumenti conoscitivi in grado di mantenere standard elevati di qualità ma contribuisce anche a mantenere elevato il grado di motivazione dei dipendenti che sentono, in maniera tangibile, di far parte di un progetto comune per il quale il loro contributo è indispensabile ed è richiesto dagli stessi datori di lavoro.

METODOLOGIA DIDATTICA

I Piani formativi realizzati da SDI Soluzioni d'impresa si caratterizzano per l'utilizzazione di un metodo di lavoro - Metodo SDI© - messo a punto dalla stessa azienda e frutto di anni di esperienza, che si fonda sulla formazione-intervento e, per alcuni aspetti si avvicina alla formazione psicosociologica moderna, parte cioè dal momento in cui le organizzazioni devono



confrontarsi con i cambiamenti imposti dai processi locali e globali di rinnovamento ed innovazione, che prevedono un riassetto dell'assetto psico-sociale e strutturale che prende vita dalla dinamica organizzativa. Tale metodologia prevede un processo circolare di analisi preliminare della realtà organizzativa, che prende avvio dall'analisi dei fabbisogni formativi, e prosegue verso la realizzazione dell'intervento attraverso la messa in situazione dei partecipanti all'evento formativo (gli attori sociali della realtà organizzativa). Si tratta quindi di un intervento formativo negoziato e condiviso in ogni passaggio con le parti dell'organizzazione, attraverso un processo sistematico e circolare collegato direttamente ai fabbisogni reali riscontrati.

La formazione-intervento può essere definita, dunque, come un processo di apprendimento che porta un gruppo di persone a condividere presupposti, contenuti, modalità e soluzioni di cambiamento e movimento in un'organizzazione. Il cambiamento è finalizzato a un miglioramento e il movimento è condizione del suo perpetuarsi e del suo sviluppo. Con la formazione-intervento prende cioè il via un processo con cui un gruppo sempre più largo, mettendo in gioco le proprie competenze, valori e anche pregiudizi e affrontando assieme un problema complesso finisce per condividere le modalità utilizzate per giungere a soluzioni progettuali.

Il metodo formativo applicato ha un approccio ciclico ed è suddiviso in quattro fasi:

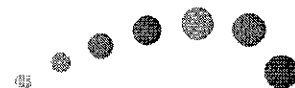
- orientamento;
- analisi dei fabbisogni dei destinatari;
- erogazione;
- misurazione dei risultati.

Prima dell'avvio delle attività del Piano è stato sviluppato un processo di analisi dei fabbisogni formativi che, in termini strategici, rappresenta un passaggio fondamentale per l'implementazione di un progetto formativo all'interno di un'organizzazione in quanto permette di accedere ai bisogni dell'individuo e dell'organizzazione stessa.

Le attività formative progettate sono state integrate da attività preparatorie e di accompagnamento, nonché da attività non formative.

L'orientamento individuale dei partecipanti (n. 225 schede di orientamento), la valutazione delle competenze ed, infine, il monitoraggio delle attività, sono state attività che sinergicamente hanno contribuito agli ottimi risultati del piano formativo.

Gli ambiti formativi di riferimento del piano hanno richiesto un particolare impegno nella realizzazione dei corsi che, a seconda delle esigenze aziendali, hanno avuto l'obiettivo di far acquisire o migliorare le competenze possedute dai partecipanti, di sensibilizzare i lavoratori a



specifici comportamenti e procedure o, ancora, di attivare nuove modalità di lavoro. Tutto ciò ha richiesto un dialogo continuo con le aziende beneficiarie e un'accurata selezione dei docenti che sono stati scelti, non solo in base alle competenze possedute, ma anche per l'esperienza e la capacità dimostrate nel trasferire conoscenze, competenze e abilità ai partecipanti.

La capacità di coinvolgimento dei partecipanti, da parte del docente, attraverso l'applicazione dei contenuti affrontati in aula al vissuto lavorativo dei partecipanti, ha certamente migliorato l'efficacia della formazione effettuata.

Le risultanze emerse dalla realizzazione di tutte le azioni formative confermano l'incidenza positiva di queste ultime hanno sia nei confronti dei dipendenti che hanno fruito dell'intervento formativo, sia nei confronti dell'organizzazione aziendale. Le azioni formative hanno arricchito le competenze professionali dei beneficiari sia da un punto di vista dell'acquisizione di nuove conoscenze e competenze, sia sul lato motivazionale, agendo sugli stili di lavoro e sviluppando la necessaria consapevolezza dell'importanza di cavalcare il cambiamento che passa attraverso l'aggiornamento delle competenze delle risorse umane e dei processi aziendali.

La formazione in aula è stata alternata al Coaching e al Training on the job intesi come supporto e integrazione alle lezioni frontali.

A tal proposito, oltre al materiale di approfondimento delle singole azioni, sono stati consegnati ai partecipanti alle attività formative altri supporti didattici in formato cartaceo o elettronico.

Al fine di realizzare gli obiettivi previsti in ogni programma formativo i docenti, in fase di avvio del corso, hanno discusso e condiviso tali obiettivi con i partecipanti e per rendere più efficace ed efficiente l'azione formativa, li hanno coinvolti in attività pratiche individuali e di gruppo per sviluppando una partecipazione attiva e consapevole.



LE AZIONI FORMATIVE

Le azioni formative sono state organizzate secondo una pianificazione derivata dall'analisi dei fabbisogni formativi e del contesto territoriale di riferimento e inserite opportunamente nelle seguenti aree tematiche:

1. *Innovazione organizzativa;*
2. *Digitalizzazione dei processi*
3. *Internazionalizzazione*

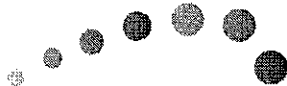
In percentuale sono stati realizzati interventi formativi volti a sviluppare *competenze* in ambito di digitalizzazione dei processi per il 42% del totale ore piano, *competenze* nelle tematiche riguardanti l'internazionalizzazione pari al 33,2%, *competenze riguardanti* la qualificazione dei processi/prodotti per il 24,8%.

Gli obiettivi formativi degli interventi realizzati sono frutto di un lavoro di indagine condotto sulle aziende aderenti, caratterizzate da province e dimensioni diverse, ma accomunate dalla consapevolezza che lo sviluppo della competitività delle aziende del settore agroalimentare è quindi correlato al rafforzamento del prodotto e ciò avviene in particolare secondo tre principali direzioni:

- 1) **innovare il processo e le tecniche di produzione;**
- 2) **migliorare l'efficienza organizzativa attraverso la digitalizzazione di sistema;**
- 3) **acquisire uno spazio all'interno dei mercati esteri.**

RILEVAZIONE DEGLI APPRENDIMENTI

La verifica dei risultati dell'attività formativa è, insieme all'analisi dei fabbisogni, parte integrante del processo formativo. L'efficacia formativa è il risultato del confronto fra gli obiettivi attesi e i risultati ottenuti, oggetto di valutazione è il miglioramento delle competenze, abilità, capacità avutosi a seguito del progetto formativo.



Sono stati utilizzati questionari di valutazione delle conoscenze pregresse e delle conoscenze acquisite che, insieme ad altri indicatori forniti dai docenti (numerosità dell'aula, livello di attenzione e partecipazione dell'aula, grado di apprendimento finale raggiunto e livello di raggiungimento degli obiettivi etc.) hanno delineato il quadro relativo all'efficacia/efficienza dell'intervento formativo sia in relazione ai singoli partecipanti, sia in relazione al gruppo d'aula.

La metodologia utilizzata dalla SDI fa sì che si stabilisca un rapporto tra apprendimento e azione (post formazione) meno rigido, rispetto alle metodologie tradizionali, ma più complesso poiché tende non a fare "imparare a cambiare" ma a fare "imparare cambiando". Il momento dell'apprendimento diventa, dunque, momento di trasformazione dell'azione e l'azione stessa un fatto di apprendimento (imparare facendo).

In questa maniera, i risultati diretti della formazione (quelli cioè verificabili subito dopo la fine delle attività formative) sono più evidenti e comprendono anche alcuni aspetti che, tradizionalmente, possono essere misurati nel medio e lungo termine e cioè la capacità di trasferimento del know-how acquisito sul posto di lavoro in tempi più brevi con una positiva ricaduta sull'intera organizzazione aziendale.

I risultati raggiunti, relativi alla realizzazione delle azioni formative previste dal Piano, sono stati evidenziati dai docenti nelle relazioni redatte a conclusione degli interventi e restituiscono un quadro di livello alto di attuazione degli obiettivi previsti. Sono state certificate n. 11 azioni formative, per un totale di 368 ore, come si evince dalla tabella sotto riportata.

Tali certificazioni sono state eseguite nelle seguenti forme, corrispondenti a quanto condiviso tra le parti, nel Piano e nella/e Progettazione/i approvata/e dal Comitato: il Soggetto Attuatore ha effettuato la certificazione delle competenze attraverso il rilascio di un dossier di attestazione delle competenze verificate, secondo la modalità di certificazione di tipo A (Dispositivi certificazione rilasciati dall'organismo realizzatore). Si tratta di Dispositivi di certificazione che SDI, in quanto realizzatore della formazione, rilasciata ai partecipanti, che non hanno un riconoscimento formale da parte di terzi. Nel rilascio delle certificazioni si è fatto riferimento alle figure professionali classificate nei quadri regionali dei profili professionali.

I contenuti del documento tracciano le informazioni necessarie a ricostruire l'azione formativa, la valutazione degli apprendimenti individuali e la valutazione delle competenze in esito del partecipante, pertanto il documento funge da attestazione delle competenze con evidenza dei risultati di apprendimento.



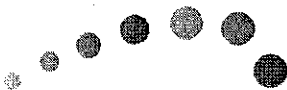
La valutazione dell'apprendimento si è svolta a chiusura del percorso utilizzando un test a risposta multipla.

ID	Beneficiaria	Titolo azione formativa	Ore corso	n. partecipanti con frequenza superiore al 70%	n. partecipanti che hanno ottenuto la certificazione	Partecipanti che hanno ottenuto la certificazione (%)	Tipologia certificazione delle competenze	Modalità di certificazione	Metodologia utilizzata	Documento rilasciato
1576193	Saracino Srl	La gestione della qualità nel processo produttivo	40	5	5	100%	Certificazioni rilasciate dal realizzatore o dal fondo	Secondo condivisione Parti sociali	Test di apprendimento scritto	Documento di validazione
1576194	Miotto Mariano Srl	La gestione della qualità nel processo produttivo	40	5	5	100%				
1576197	Dimensione Came Srl	La gestione della qualità nel processo produttivo	40	5	5	100%				
1576293	Lanza Sea Food Srl	Sistemi informativi ed informatici per la gestione d'impresa	24	6	6	100%				
1576356	Bono & Ditta Spa	Certificazioni di prodotto - processo per l'export	32	5	5	100%				
1577921	Conte Tasca d'Almerita società agricola	Lingue per l'export	24	4	4	44%				
1577924	Conte Tasca d'Almerita società agricola	Lingue per l'export	24	4	4	50%				
1577938	Goppion Caffè Srl	Lingue per l'export	40	6	6	100%				
1577943	Frutta C2 Spa	Lingue per l'export	40	6	6	100%				
1577950	Bono & Ditta Spa	Marketing internazionale del Made in Italy	32	5	5	100%				
1577977	Zuccheri & co Srl	Marketing internazionale del Made in Italy	32	5	5	100%				

Le azioni formative con rilascio di certificazione sono state sottoposte a verifica da parte del CPP che ha verificato i requisiti dell'ente di rilascio delle certificazioni e i test finali di verifica degli apprendimenti.

ATTIVITA' PREPARATORIE E DI ACCOMPAGNAMENTO

PROAGRI nasce da un'analisi del territorio e da una preliminare indagine dei fabbisogni formativi che ha evidenziato le necessità formative delle aziende beneficiarie. Lo sviluppo operativo del Piano ha previsto la realizzazione di attività preparatorie e di accompagnamento che hanno assunto il ruolo di attività che hanno integrato e supportato la definizione dei progetti di sviluppo. Le attività di seguito descritte, da un lato propedeutiche alla progettazione degli interventi formativi e dall'altro di supporto alla realizzazione degli stessi, sono state portate avanti durante



tutta la fase di realizzazione del progetto e, nel complesso, hanno contribuito al raggiungimento degli obiettivi di piano.

DIAGNOSI E RILEVAZIONE DEI FABBISOGNI FORMATIVI

Questa fase del progetto ha avuto la finalità di aggiornare e approfondire l'analisi dei fabbisogni svolta nella fase preliminare di definizione del piano stesso. Se in origine, infatti, essa ha avuto il compito di fare emergere le esigenze di massima delle aziende aderenti esplicitate, poi, nelle attività formative progettate e realizzate all'interno del Piano, l'analisi dei fabbisogni assume un ruolo e una valenza più ampia e completa perché mirata ad approfondire i gap di competenze specifici, già evidenziati nella fase di analisi della domanda per ogni singola azienda, consentendo all'impresa, al lavoratore e, non ultimo, all'attuatore del Piano di costruire e progettare percorsi di sviluppo mirati ad un riposizionamento della stessa impresa nel mercato del lavoro.

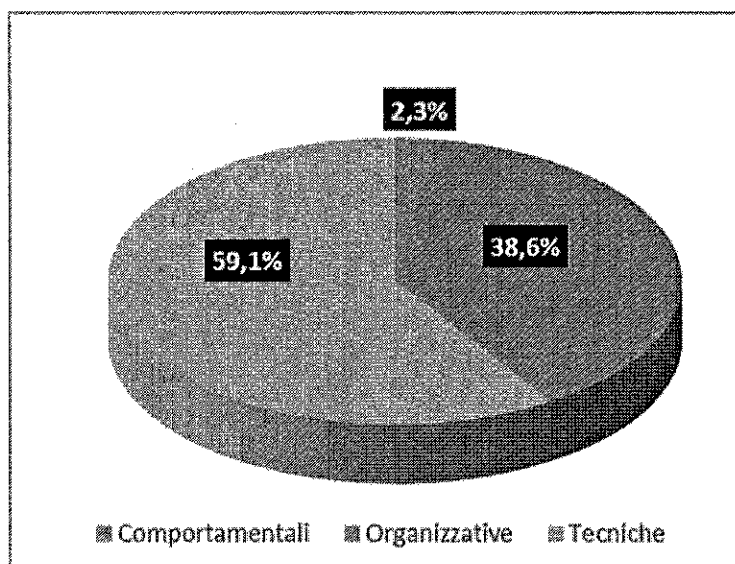
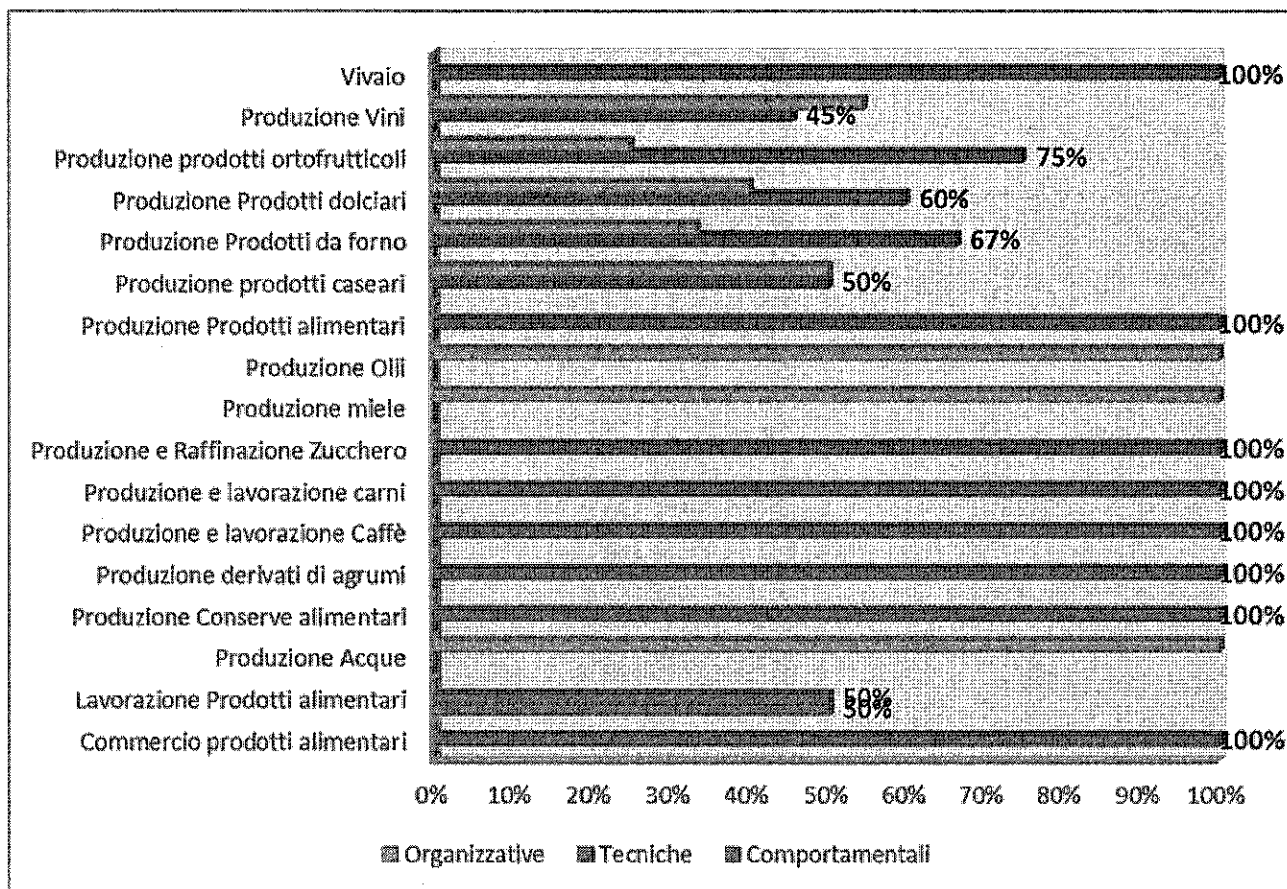
Il fabbisogno formativo ha una duplice natura, esso può essere esplicito e quindi immediatamente traducibile in obiettivo formativo o latente e richiedere un'analisi dei processi critici e delle competenze ad essi correlate.

La rilevazione all'interno del Piano PROAGRI è stata effettuata attraverso diversi step:

- **Analisi del contesto organizzativo** dell'azienda di riferimento per assumere informazioni dettagliate sulle aziende e definire le competenze da sviluppare per singole aziende;
- **Valutazione dei fabbisogni formativi** per avere una descrizione dettagliata dei processi di lavoro e determinare con puntualità i gap di competenze attese in riferimento al fabbisogno reale riscontrato. Questa fase è importantissima poiché definisce ulteriormente le azioni formative adattandole alle peculiarità di ciascun contesto.

Dai grafici sottostanti si evince che la maggior parte delle aziende intervistate aveva un gap di competenze da colmare in ambito tecnico segue poi l'ambito organizzativo ed infine quello comportamentale. Mettendo a confronto le aziende con le competenze, quelle in cui è importante colmare il gap di competenze nel settore tecnico sono quelle che si occupano della produzione di qualche prodotto esempio quelle che producono prodotti ortofrutticoli, vino, prodotti da forno e dolciari, zucchero, carni, caffè, agrumi etc. Le altre aziende hanno manifestato la necessità di colmare le competenze negli ambiti organizzativi e in minor misura comportamentali. Tutto ciò è in linea con il tipo di attività formative richieste e realizzate dall'ente attuatore del piano.





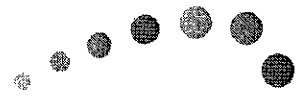
Esiti dell'attività:

44 schede aziendali

44 aziende coinvolte

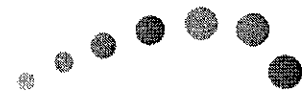
Si precisa che la formazione è stata realizzata nelle tre aree previste da piano ovvero Digitalizzazione dei processi aziendali, Internazionalizzazione, Qualificazione dei processi produttivi e dei prodotti.





È interessante sottolineare come la formazione continua possa rappresentare per le aziende la chiave di volta per progredire e come la stessa azienda possa diventare il luogo ideale per far crescere le persone. La percentuale più alta di ore di formazione realizzate all'interno del Piano ha riguardato le competenze relative alla digitalizzazione dei processi e l'internazionalizzazione. Ciò è fondamentale per il business aziendale, e implica, da parte dell'impresa mettere in atto processi correttivi più adatti, a livello organizzativo, per risolvere i problemi, liberandola da procedure farraginose e caotiche.

PROAGRI ha senz'altro contribuito, nel rispetto delle indicazioni contenute nell'Avviso di riferimento, a sostenere le aziende beneficiarie della filiera agroalimentare nel loro percorso di crescita attraverso la realizzazione di interventi formativi, con tutti i mezzi e gli strumenti utilizzati volti alle esigenze manifestate ***aumentare la produttività, essere più competitivi, aprirsi ai mercati internazionali.***



PREDISPOSIZIONE DI PROGRAMMI OPERATIVI DI FORMAZIONE PER IL PERSONALE

L'attività di predisposizione di programmi operativi di formazione per il personale è stata affidata in delega alla società **Tecnologie Integrate SRL** che possiede specifiche competenze nella progettazione di percorsi formativi ed ha coinvolto tutte le aziende beneficiarie del piano. L'obiettivo di tale attività è quello di predisporre modelli esecutivi di attività formative che l'azienda potrà mettere in atto, anche in autonomia, in futuro. Il processo di pianificazione della formazione nasce dall'esigenza di sviluppare le competenze e le conoscenze necessarie all'organizzazione per la realizzazione degli obiettivi strategici, a supporto di processi di cambiamento, nonché per il miglioramento della performance organizzativa e delle prestazioni individuali e collettive di ogni persona nell'ambito del proprio lavoro.

Il Piano della formazione, consente di definire tematiche, tempi e modi di erogazione realmente necessari alla crescita e valorizzazione professionale aziendale e personale.

La definizione delle procedure per l'identificazione e la realizzazione del piano formativo ha avuto lo scopo di fornire indicazioni, prassi, metodologie e strumenti operativi per rendere più mirato ed efficace il processo di pianificazione della formazione aziendale. Il piano operativo, predisposto all'inizio di ogni anno solare, racchiude l'elenco delle attività formative che si intendono realizzare nell'arco dello stesso anno; esso sarà aggiornato ogni qualvolta si presenterà una nuova esigenza o interverranno variazioni organizzative o di processo a seguito delle quali si rende necessario effettuare altri interventi di formazione.

Le aziende beneficiarie del piano, con la collaborazione di Tecnologie Integrate e SDI Soluzioni d'impresa, hanno compilato la scheda di pianificazione di dettaglio delle attività formative per l'anno 2018/2019 in cui sono state inserite le attività da realizzare, gli obiettivi, i destinatari e il settore aziendale coinvolto, il periodo, il numero di ore e i risultati che si vogliono raggiungere per ogni attività.

L'attività proposta ha incontrato il gradimento delle imprese poiché ha consentito loro di sperimentarsi nell'analizzare, con grande attenzione e con strumenti adeguati, lo stato dell'arte della propria organizzazione evidenziandone i punti di forza e di debolezza e di cimentarsi nella progettazione e pianificazione di interventi di sviluppo delle risorse umane finalizzati alla loro





formazione e valorizzazione, coinvolgimento nel lavoro e nei processi di organizzazione e/o riorganizzazione.

La prestazione professionale di Tecnologie Integrate è stata costantemente monitorata dai responsabili interni del Piano Formativo attraverso riunioni e report periodici.

PARTENARIATO CON ALTRI PIANI FORMATIVI

L'obiettivo dell'attività è stato quello di condividere le diverse esperienze e consolidare le buone prassi acquisite tra i soggetti attuatori dei differenti piani formativi finanziati da Fondimpresa.

Il partenariato costituisce, infatti, un ulteriore passo avanti, nell'ambito di una collaborazione avviata già da alcuni anni, all'interno delle attività previste dai piani finanziati da Fondimpresa, con lo scopo di creare occasioni di scambio di best practices relativamente a metodologie e modelli di formazione continua utilizzati nei rispettivi piani, modalità e strumenti di coordinamento e governance, modelli di gestione dei piani, problematiche connesse al networking tra aziende.

I soggetti attuatori coinvolti in questa attività sono stati :

1. SDI Soluzioni d'impresa Srl
2. CIVITA Srl Skills Consulting Srl
3. CISITA Parma Scarl

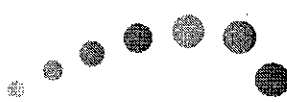
Trattandosi di uno spazio di confronto aperto su tutte le problematiche che attengono alla realizzazione delle azioni formative e trasversali del progetto e alla loro reale incidenza sulle aziende beneficiarie, gli Enti impegnati in questa attività si sono misurati su metodologie e modelli di formazione continua utilizzati nei rispettivi piani e sperimentazione di modelli di certificazione delle competenze.

In data 10 maggio 2018 è stato effettuato un incontro via Skipe in cui si è discusso nel dettaglio di:

- 1) Condivisione di modalità e gli strumenti di coordinamento e di governance;
- 2) Analisi delle modalità di certificazione competenze adottate;
- 3) Scambio di esperienze (attività, metodi) nell'ambito dell'attività di Diffusione dei risultati.

Gli enti coinvolti nell'attività di partenariato tra Piani convergono nelle seguenti decisioni:

- 1. Condivisione di modalità e gli strumenti di coordinamento e di governance**



È importante individuare e condividere uno strumento/sistema di monitoraggio in itinere dello stato di adesione delle aziende partecipanti a Fondimpresa fino ad avvenuta rendicontazione dei piani. A tal fine si rende auspicabile un coinvolgimento maggiore da parte del fondo con l'invio di alert (anche da piattaforma o mail) ai soggetti interessati, nei limiti di tempo e modalità consentite dall'INPS.

2. Analisi delle modalità di certificazione delle competenze adottate

Alla luce delle evidenze sopra esposte, in particolare delle criticità di sistema evidenziate sul tema della certificazione delle competenze nella regione Sicilia, si rende indispensabile una collaborazione in itinere tra gli enti proponenti siciliani anche in relazione alla individuazione di modelli pilota da testare in vista di un Modello regionale da istituzionalizzare entro il 2018.

I partner non siciliani metteranno a disposizione esperienze e best practices, analogamente a quanto fatto nell'ambito della presente attività di partenariato.

3. Scambio di esperienze (attività, metodi) nell'ambito dell'attività Diffusione dei risultati

Nessuna decisione in particolare.

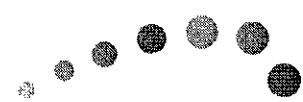
Altre attività non formative – “Supporto Tecnico all'innovazione del comparto agroalimentare e del prodotto”

Questa tipologia di attività è stata sviluppata in coordinamento con il CTS, l'Università di Palermo e referenti del soggetto attuatore che hanno collaborato per tutta la durata del piano. L'attività ha avuto come obiettivo quello di supportare le imprese a predisporre un piano di sviluppo centrato sul binomio mercato-prodotto. L'azione è stata finalizzata a fornire informazioni su strumenti tecnici anche opportunità finanziarie, sensibilizzare le imprese ad aprirsi a nuovi mercati, offrire una eventuale assistenza per un piano export e fornire le indicazioni necessarie a cogliere le opportunità offerte dal Programma Nazionale Industria 4.0.

Di seguito le attività realizzate dai professionisti coinvolti nell'attività:

- È stato definito e sperimentato il “*check-up sul potenziale di internazionalizzazione*” allo scopo di valutare l'orientamento all'export delle aziende o altre opportunità di sviluppo organizzativo. Inoltre in collaborazione con gli esperti dell'Università di Palermo (Facoltà di Ingegneria Dipartimento DIID) è stato messo a punto uno strumento di rilevamento dati e analisi aziendale sul tema Industry 4.0 nell'industria agroalimentare, volto a valutare il livello di attenzione preparazione delle aziende sul programma nazionale in atto. Sono stati somministrati n° 28 questionari ed elaborato un report di analisi ed indicazioni di supporto





sul tema dell'internazionalizzazione, distribuito alle stesse aziende. Nelle conclusioni del report si mette in evidenza come le aziende intervistate identifichino in una maggiore internazionalizzazione uno dei vantaggi offerti dall'implementazione delle tecnologie Industry 4.0. Ciò conferma la propensione all'internazionalizzazione del comparto e come lo stesso confidi che una maggiore efficienza nel processo produttivo ottenuta tramite l'implementazione delle tecnologie Industry 4.0 possa conferire più slancio al comparto nei mercati internazionali.

- È stata inoltre inviata una news letter informativa sui temi sopra descritti.

ATTIVITA' NON FORMATIVE

Le attività non formative, costituite da una serie di azioni trasversali integrate con le altre attività del piano, possono essere così elencate: progettazione, promozione, individuazione e selezione e orientamento partecipanti, monitoraggio, diffusione e trasferimento dei risultati.

PROGETTAZIONE ATTIVITÀ DEL PIANO

In questa fase del Piano è stata realizzata la progettazione esecutiva delle azioni formative e delle altre attività del Piano in relazione alle progettazioni di periodo previste dal Piano e sottoposte, di volta in volta, alla validazione e approvazione del CPP.

La progettazione esecutiva ha previsto diversi step fra i quali:

- la definizione delle modalità, dei luoghi e degli strumenti specifici di promozione mirata all'intervento.
- La definizione e la composizione delle classi, nonché l'individuazione delle sedi logistiche e della ripartizione aziendale e settoriale dei gruppi.
- La calendarizzazione di massima delle attività progettuali.
- La predisposizione della documentazione per la raccolta delle informazioni fisiche, didattiche, finanziarie e della cadenza periodica delle osservazioni per il monitoraggio.

La progettazione delle attività del Piano ha previsto anche il coinvolgimento del Comitato Tecnico Scientifico (CTS) che sovrintende e valida le metodologie formative e le metodologie delle attività non formative, preparatorie e di accompagnamento.

Si precisa che qualche attività prevista nel piano PROAGRI è stata modificata sia per quanto attiene alle aziende inserite in sede di progettazione sia in termini di azioni formative vere e proprie. Tutte le variazioni sono state presentate al CPP e al CTS ed accompagnate da una relazione tecnica in cui SDI Soluzioni d'Impresa ha spiegato in modo dettagliato i motivi che hanno portato a tali variazioni.

Gli esiti dell'attività

Sono state realizzate :

- n. 7 progettazioni di periodo
- n. 1 riunione di verifica delle attività a conclusione del piano e verifica della certificazione delle competenze.
- N. 50 azioni formative progettate
- N. 50 calendari didattici (n. ore, n. partecipanti, sedi e metodologie opportune).

Le attività non formative attinenti le azioni svolte e quelle previste nelle precedenti progettazioni di periodo.

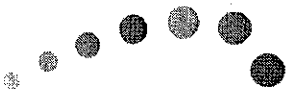
TABELLA RIASSUNTIVA PROGETTAZIONI DI PERIODO

PdP	Periodo di riferimento		Assemblea del CPP
I	19/06/2017	15/09/2017	06/06/2017
II	16/09/2017	31/10/2017	11/09/2017
III	1/11/2017	17/12/2017	18/10/2017
IV	18/12/2017	31/01/2018	11/12/2017
V	1/02/2018	15/03/2018	22/01/2018
VI	16/03/2018	16/04/2018	06/03/2018
VII	17/04/2018	17/05/2018	11/04/2018

PROMOZIONE DELLE ATTIVITÀ E DELLE AZIONI DEL PIANO

L'attività di promozione e comunicazione ha avuto quale finalità prioritaria la massima visibilità, diffusione e condivisione delle informazioni e delle conoscenze relativamente ai servizi e alle attività del piano.

In funzione degli obiettivi prioritari del progetto sono state adottate le strategie comunicative più efficaci per centrare il target di riferimento, informare le aziende sulle diverse tipologie di corsi che



era possibile realizzare sul piano PROAGRI e far conoscere il valore della risorsa Fondimpresa quale possibilità di attuare interventi di formazione continua.

Il Piano è stato promosso attraverso una brochure distribuita alle aziende del territorio coinvolto nelle attività formative e da una serie di iniziative collegate quali ad esempio: scheda di progetto con l'indicazione di tutti i corsi disponibili sul Piano, penne e carpette personalizzate con il logo del piano e distribuite ai partecipanti del piano.

Il sito di progetto ha rappresentato una scatola che, durante tutta la fase di realizzazione del piano, è stata riempita di contenuti attraverso articoli, testimonianze aziendali, news dedicati al leitmotiv del piano. Esso ha voluto rappresentare anche un punto di contatto fra ente attuatore e aziende beneficiarie per l'avvio di un proficuo scambio "culturale" sul tema e per questo è stato costruito come una vera e propria intranet di progetto che ha permesso ad ogni partecipante di avere sempre a disposizione tutte le informazioni (calendari, news etc.) materiali (dispense, approfondimenti, materiale informativo di supporto multimediale e scaricabile).

Una Newsletter inviata alle aziende aderenti e non al piano allo scopo di sensibilizzarle sull'utilità della formazione finanziata ed informarle sui temi del piano.

INDIVIDUAZIONE, SELEZIONE E ORIENTAMENTO DEI PARTECIPANTI

L'attività di orientamento, ossia la verifica delle potenzialità in ingresso dei candidati alla frequenza dell'azione formativa, è stata realizzata per ogni corso.

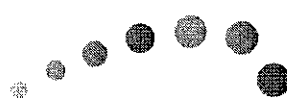
Questa fase ha avuto la finalità di definire a monte il profilo dell'aula costituita (gruppo in apprendimento) per comprenderne motivazione personale, storia professionale, gap di competenze, aspettative.

Gli esiti prodotti ci hanno consentito di diversificare le azioni formative adottando strategie comunicative e modelli di trasferimento di conoscenze e competenze adeguati al gruppo di riferimento.

La formazione erogata è stata focalizzata sui soggetti che apprendono e, quindi, sui loro processi per stimolare e sostenere la costruzione di conoscenze, abilità, motivazioni e atteggiamenti.

L'attività, strettamente connessa con la predisposizione di programmi operativi di formazione per il personale e con la diagnosi e la rilevazione dei fabbisogni formativi, ha previsto la





somministrazione *sul campo* di una scheda apposita per la rilevazione di alcune informazioni di base utili alla definizione del gruppo in apprendimento:

- aree e ruoli coinvolti
- ambito formativo condiviso
- conoscenze già acquisite nella tematica individuata
- livello di competenze possedute ante formazione
- risultati attesi dopo la formazione

Il questionario è strutturato secondo la scala di Lickert a 5 modalità, nella scala il punteggio 1 indica un minimo grado di adeguatezza/soddisfazione per l'aspetto valutato e il punteggio 5 indica invece il massimo grado di soddisfazione.

Risultati

Sono stati analizzati i dati prodotti, riportiamo di seguito quelli che riteniamo più significativi per la profilazione dei gruppi d'aula.

“Esperienze che hanno contribuito allo sviluppo delle competenze professionali possedute tra quelle elencate”:

- esperienza sul campo
- formazione scolastica
- autoformazione
- corsi di formazione aziendale
- partecipazione a gruppi di lavoro
- esperienze extraprofessionali

L'esperienza sul campo risulta essere uno degli elementi fondanti delle competenze attualmente possedute dagli intervistati.

La formazione scolastica ha contribuito ma in misura minore poiché i beneficiari delle azioni formative svolgono attività lavorative spesso non direttamente correlate al titolo di studio conseguito.

L'autoformazione ha un suo peso e riguarda essenzialmente quella fascia di persone che possiede un titolo di studio medio-alto e che ricopre ruoli lavorativi in ambito amministrativi e/o direzionali. I corsi di formazione aziendale contribuiscono, con una buona percentuale, al consolidamento delle competenze possedute.





La partecipazione a gruppi di lavoro è un aspetto di complemento della formazione complessiva e riguarda, anche in questo caso, soltanto quelle fasce di lavoratori che svolgono ruoli lavorativi che necessitano di collaborazione (operativa e non).

Le esperienze extra professionali sono ritenute parte del bagaglio culturale utile al mantenimento/accredimento delle competenze ma non risultano essere sostanziali.

MONITORAGGIO FISICO

È stato effettuato un monitoraggio fisico dell'attuazione delle azioni formative, esso ci ha fornito un quadro completo rispetto a: avanzamento dei corsi, numero di dipendenti in formazione, obiettivi realizzati e/o eventuali scostamenti. Quest'attività ci ha consentito di misurare, di volta in volta, i dati previsionali con i dati effettivi e intervenire, ove necessario, per ricondurre la realizzazione del Piano agli obiettivi fissati in sede di progettazione.

Gli strumenti utilizzati:

- File "Gestione piano" in cui vengono indicate le aziende beneficiarie, le azioni da realizzare in termini di ore, i destinatari coinvolti nella formazione con il numero di ore di formazione seguita;
- Registri d'aula, di fad e/o training on the job, affiancamento.

Piattaforma Fondimpresa in cui vengono riportati i calendari dei corsi e i rispettivi partecipanti con il numero di ore di formazione effettuata.

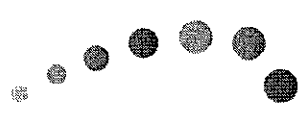
RAPPORTO DI VALUTAZIONE

Ogni progetto può essere considerato come una *serie di attività volte a produrre processi di cambiamento*. Esso contiene finalità e obiettivi definiti, un insieme di presupposti specifici e un sistema di monitoraggio, un sistema cioè di verifica e valutazione dei risultati ottenuti.

Tale sistema, attraverso degli indicatori precisi, tende a facilitare il processo di gestione e contribuisce al trasferimento dei risultati e dei benefici ottenuti.

In particolare il monitoraggio verifica la corretta corrispondenza tra obiettivi dichiarati e risultati raggiunti, anche in termini di gestione delle risorse finanziarie consentendo di migliorare il processo decisionale e promuovere una maggiore efficienza.





Il sistema di monitoraggio utilizzato dalla SDI si compone di modelli, strumenti e procedure, ampiamente sperimentati nell'ambito di più iniziative formative complesse e aggiornati e personalizzati in relazione alle specificità dei progetti a cui sono applicati.

Esso tende a:

- controllare i processi di programmazione e di attuazione dell'iniziativa progettuale;
- monitorare l'evoluzione finanziaria e fisica delle azioni formative;
- individuare difficoltà di attuazione che richiedono l'adozione di correttivi qualitativi e metodologici;
- valutare il grado di raggiungimento degli obiettivi prefissati e analizzare le cause di eventuali scostamenti.

Metodologia

I canali di rilevazione previsti e utilizzati sono:

1. Riunioni del comitato paritetico di Pilotaggio (CPP);
2. Strumenti cartacei (feedback form) e i test di valutazione dell'apprendimento;
3. Strumenti di monitoraggio finanziario;
4. Questionari di valutazione sull'attività del tutor e dei docenti;
5. Piattaforma Fondimpresa (valido strumento di monitoraggio, in itinere, delle attività svolte);
6. Scheda datore di lavoro;
7. Focus group
8. Rapporto finale di monitoraggio
9. Rapporti intermedi di monitoraggio
10. Documenti a supporto della certificazione delle competenze per le azioni in cui è prevista

Nello specifico:

1. Il comitato paritetico di pilotaggio ha svolto attività di valutazione e monitoraggio durante tutta la durata del piano, sia attraverso riunioni periodiche sia con gli strumenti informatici forniti dall'ente attuatore.

Nel dettaglio:

- ha verificato la coerenza delle azioni progettuali con il piano condiviso e finanziato;

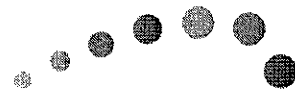


- 
- ha validato l'attività di progettazione esecutiva delle azioni formative;
 - ha supervisionato e monitorato l'esecuzione di tutte le fasi del Piano.
2. I feedback form, attraverso una serie di indicatori relativi all'area organizzativa e all'area didattica, hanno prodotto le informazioni necessarie per una valutazione complessiva dell'indice di gradimento e di soddisfazione dei partecipanti rispetto alle azioni formative realizzate. Inoltre a conclusione di tutti le attività formative sono stati somministrati ai partecipanti i test di valutazione dell'apprendimento per valutare quanto appreso durante la formazione.
 3. La piattaforma Fondimpresa ha rappresentato uno strumento valido per il monitoraggio, in itinere, delle attività svolte.
 4. Il file di monitoraggio finanziario elaborato serve a controllare, in itinere, il budget finanziario di progetto.
 5. I questionari di valutazione del tutor e del docente hanno restituito il quadro relativo allo stato dell'arte di ogni singola azione formativa in relazione all'attività svolta, ciascuno per la sua competenza, in aula.
 6. Il questionario di valutazione del datore di lavoro ci ha fornito un feedback per misurare e valutare il gradimento dell'azione formativa in termini di progettazione, durata, metodologia, qualità della docenza, impatto sull'azienda. Riteniamo questa una delle fasi più importanti che l'azione di monitoraggio produce, poiché ci restituisce *l'effetto* risultante *dall'azione effettuata* fornendoci, di volta in volta, spunti di riflessione e miglioramento rispetto al processo organizzativo e gestionale che implica ogni azione formativa.
 7. Il *Focus group* ha permesso alle parti sociali, alcuni referenti aziendali e i destinatari della formazione di discutere e confrontarsi su metodologie, contenuti e criticità emerse durante la realizzazione del piano. In data 4 giugno 2018 si è svolto con i componenti del comitato di pilotaggio del piano il focus group.

Durante l'incontro, in particolare, è emerso che:

- a) gli obiettivi presentati nel formulario e i risultati attesi sono stati raggiunti;
- b) l'analisi dei fabbisogni effettuata in fase di progettazione sia adeguata alle finalità e agli obiettivi del piano;





- c) le azioni formative realizzate sono state coerenti con la progettazione esecutiva effettuata in fase di progettazione del piano, in termini di obiettivi, contenuti, modalità formative e ore di formazione erogate.
- 8 Il Rapporto finale di monitoraggio che si presenta a conclusione di piano e in cui vengono riportate in maniera in maniera dettagliata le attività formative e non, previste dal piano realizzate dall'ente attuatore.
- 9 Le Relazioni intermedie di monitoraggio si presentano periodicamente per dare contezza al fondo delle attività formative e non realizzate sino a quel momento.
- 10 Il Soggetto Attuatore ha effettuato la certificazione delle competenze attraverso il rilascio di un dossier di attestazione delle competenze verificate, secondo la modalità di certificazione di tipo A (Dispositivi certificazione rilasciati dall'organismo realizzatore). Nel rilascio delle certificazioni si è fatto riferimento alle figure professionali classificate nei quadri regionali dei profili professionali. I contenuti del documento tracciano le informazioni necessarie a ricostruire l'azione formativa, la valutazione degli apprendimenti individuali e la valutazione delle competenze in esito del partecipante, pertanto il documento funge da attestazione delle competenze con evidenza dei risultati di apprendimento. La valutazione dell'apprendimento si è svolta a chiusura del percorso utilizzando un test a risposta multipla.

Gli strumenti utilizzati per il monitoraggio delle attività del piano (feedback form, schede di valutazione docente, tutor, datore di lavoro, questionari somministrati a più stakeholders dell'azione formativa) hanno fornito i dati necessari per una analisi puntuale delle attività svolte, ne hanno evidenziato i punti di debolezza e i punti di forza ed hanno fornito gli input necessari per attivare i possibili processi di miglioramento.

Esponiamo di seguito alcuni dati forniti dai partecipanti attraverso il questionario di gradimento a loro proposto alla fine dell'attività didattica.

Il questionario indaga i diversi aspetti del corso sia dal punto di vista della didattica sia dal punto di vista dell'organizzazione e della logistica.

Per quanto riguarda gli aspetti didattici sono stati presi in considerazione le seguenti aree:

- Attività di docenza. Per la valutazione di tali attività si è fatto riferimento alla padronanza degli argomenti da parte del docente, alla sua capacità espositiva e al livello di interesse e motivazione che suscita nei partecipanti e all'efficacia dei casi presentati in aula.

- Didattica.
- Attività di tutoring in riferimento al supporto nella fruizione del materiale didattico e alla gestione d'aula.

Per quanto riguarda gli aspetti logistici sono state prese in considerazione tre aree:

- Aspetti funzionali allo svolgimento del corso (quali adeguatezza delle attrezzature, dell'aula, etc. etc.).
- Gestione degli aspetti temporali dell'organizzazione corsuale in riferimento alla durata e alla calendarizzazione.
- Attività di tutoring in riferimento all'accoglienza dei partecipanti all'inizio del percorso formativo e sulla capacità di gestione d'aula.

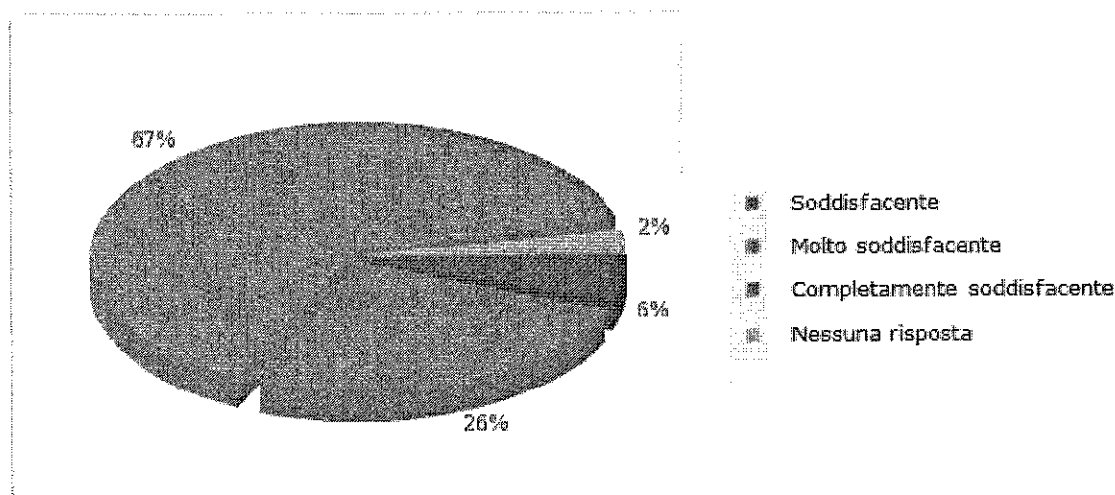
Nella parte finale viene richiesto al partecipante di analizzare il corso frequentato nella sua globalità e di fornire informazioni sulla rispondenza fra aspettative e risultati ottenuti.

Il questionario è strutturato secondo la scala di Lickert (tecnica utilizzata per la misura dell'*atteggiamento*) a 5 modalità, nella scala il punteggio 1 indica un minimo grado di adeguatezza/soddisfazione per l'aspetto valutato e il punteggio 5 indica invece il massimo grado di soddisfazione.

Esponiamo di seguito i dati che riteniamo più significativi ai fini della valutazione delle attività formative realizzate.

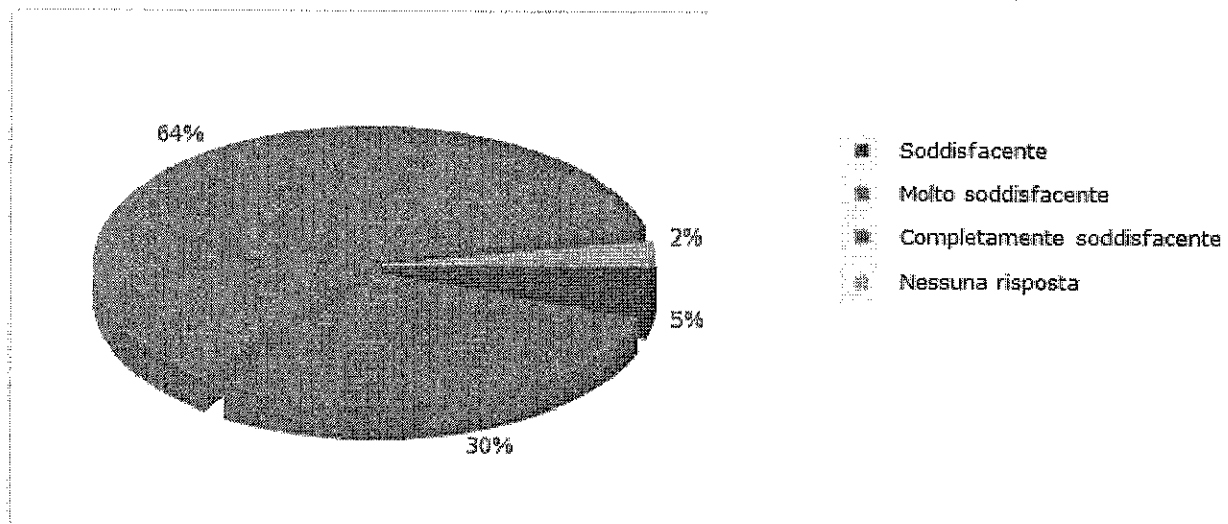
Area docenza

- *Chiarezza espositiva del docente*

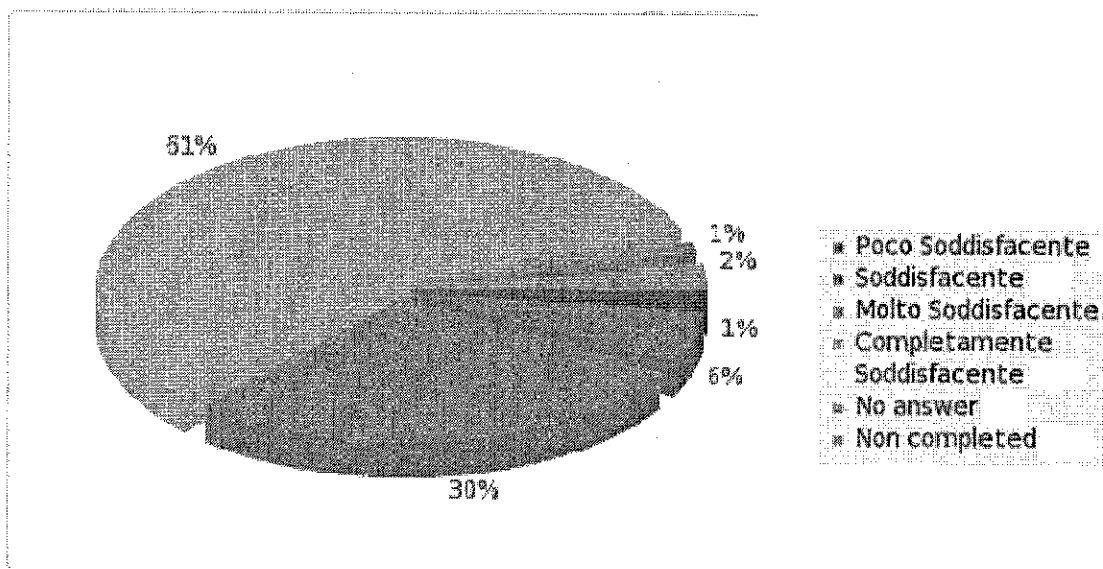


ES

- *Interesse e motivazione che il docente suscita nei partecipanti*

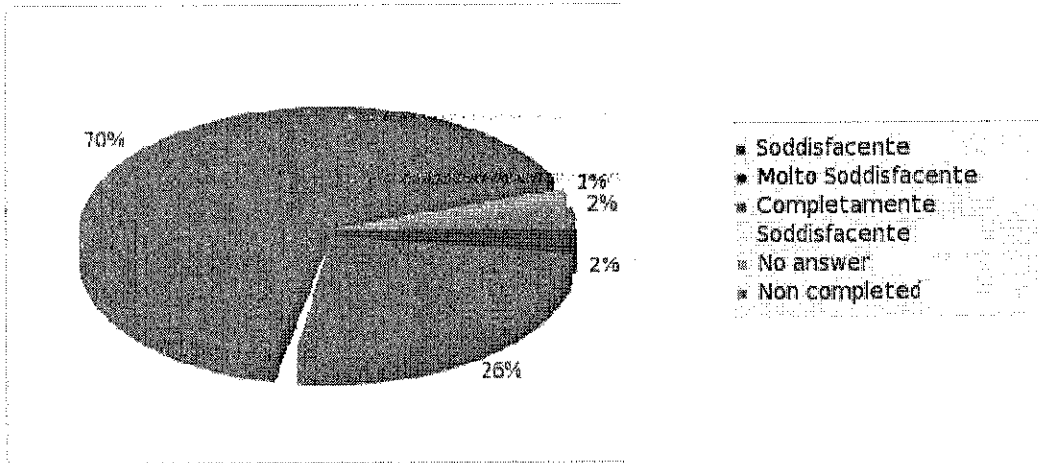
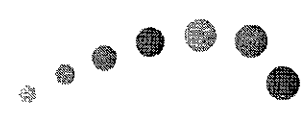


- *Tempo dedicato ad esercitazioni, esempi, applicazioni, analisi dei casi*



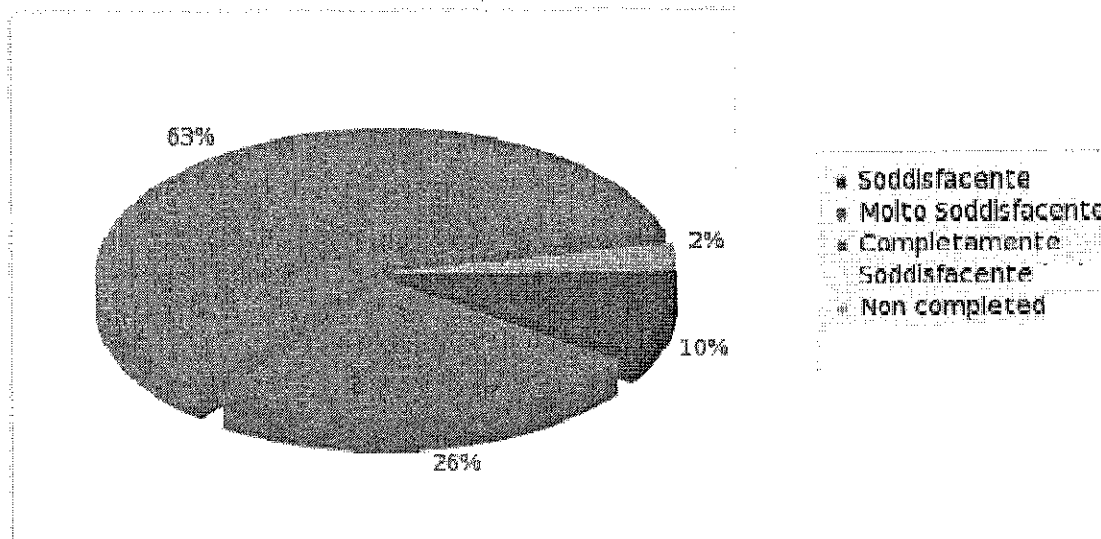
- *La padronanza dei contenuti da parte del docente*

8

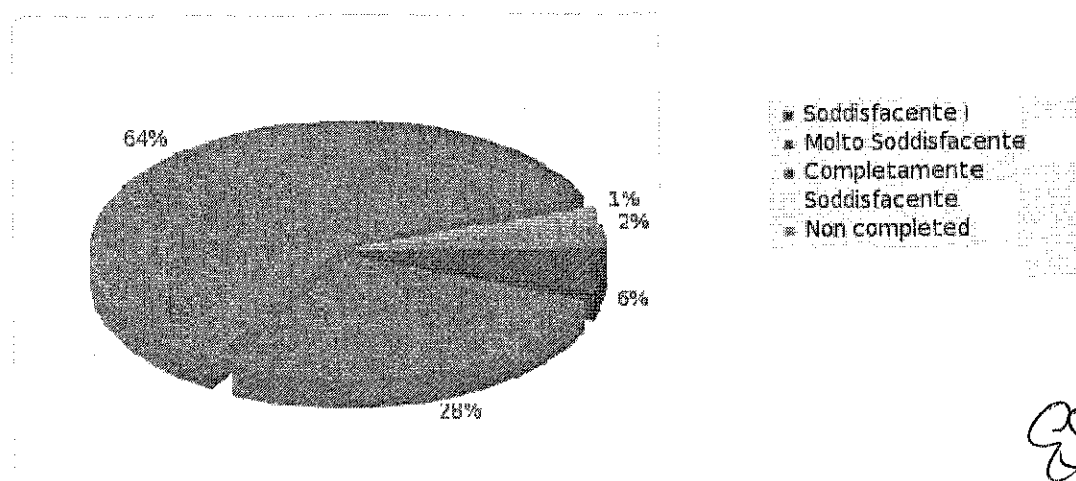


Area didattica

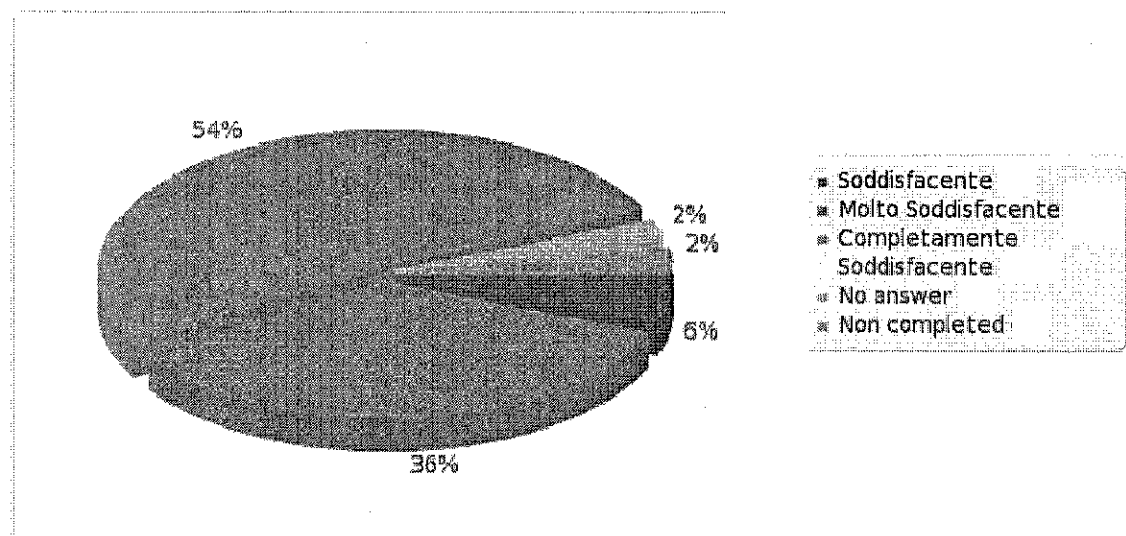
- *Congruità e adeguatezza dei materiali distribuiti e dei sussidi didattici utilizzati*



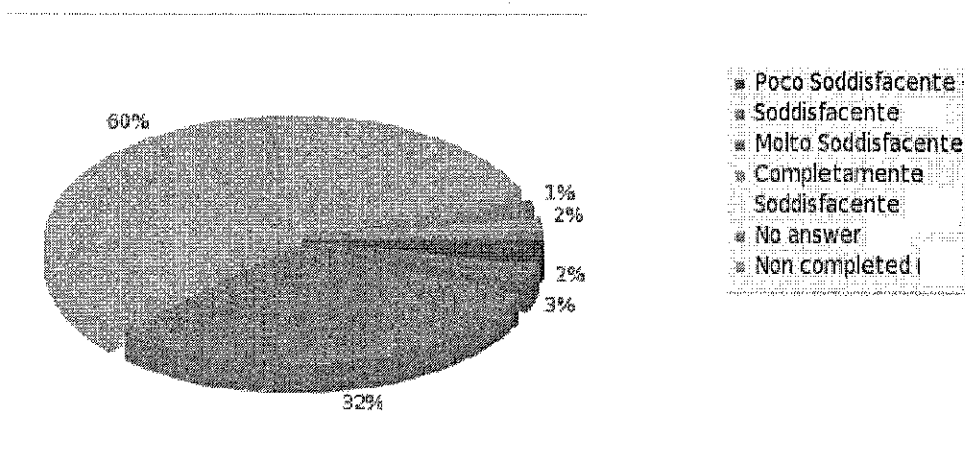
- *Contenuti trasmessi*



- *Metodologie utilizzate*

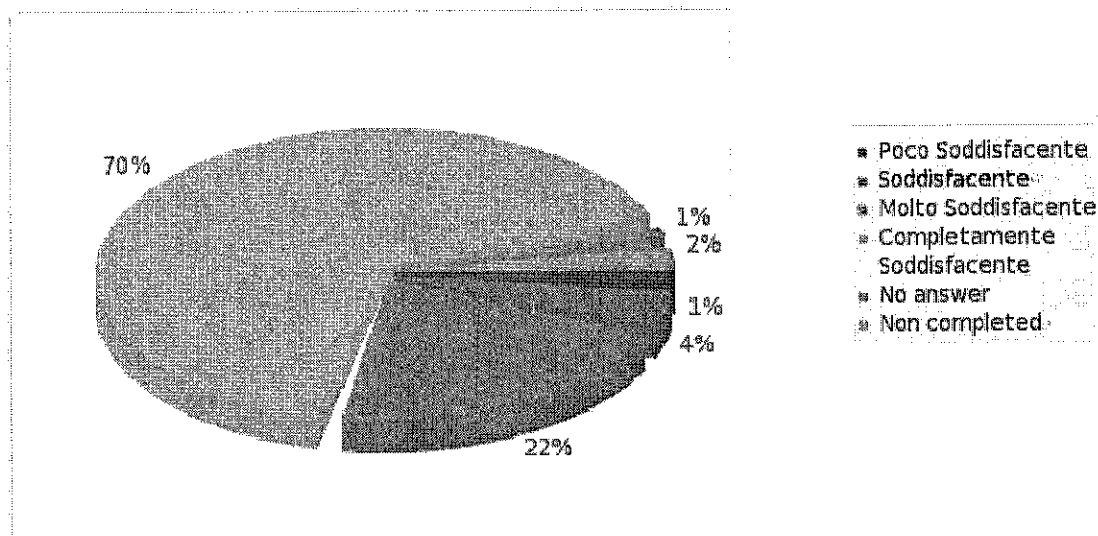


- *Durata complessiva del corso*



- *Clima d'aula (interazione tra i partecipanti, coesione del gruppo, partecipazione in aula)*

88



Come si evince dai grafici, il livello di soddisfazione si colloca su una fascia alta.

I risultati promuovono il metodo utilizzato (formazione intervento), la scelta dei docenti, l'adeguatezza di linguaggi e strumenti utilizzati in relazione agli ambienti di apprendimento specifici, allestiti sulla base dei dati forniti dalla fase di orientamento preliminare alla formazione vera e propria.

Gli elevati livelli di soddisfazione registrati sia per quanto concerne l'area dei contenuti, sia per quanto attiene alle metodologie utilizzate per il raggiungimento degli obiettivi didattici specifici, testimoniano il pieno raggiungimento di uno degli obiettivi primari del Piano e cioè la creazione di percorsi didattici multi modali e multi canali finalizzati all'acquisizione di conoscenze e abilità a 360° da parte dei beneficiari.

Altro aspetto preso in considerazione è quello relativo all'attività di tutoraggio. Il Tutor ricopre, infatti, un ruolo fondamentale nel dispositivo formativo in quanto concorre, insieme al docente, al raggiungimento degli obiettivi facendo da collettore fra le esigenze di tipo didattico e quelle di tipo organizzativo.

Per questo aspetto sono state prese in considerazione tre dimensioni.

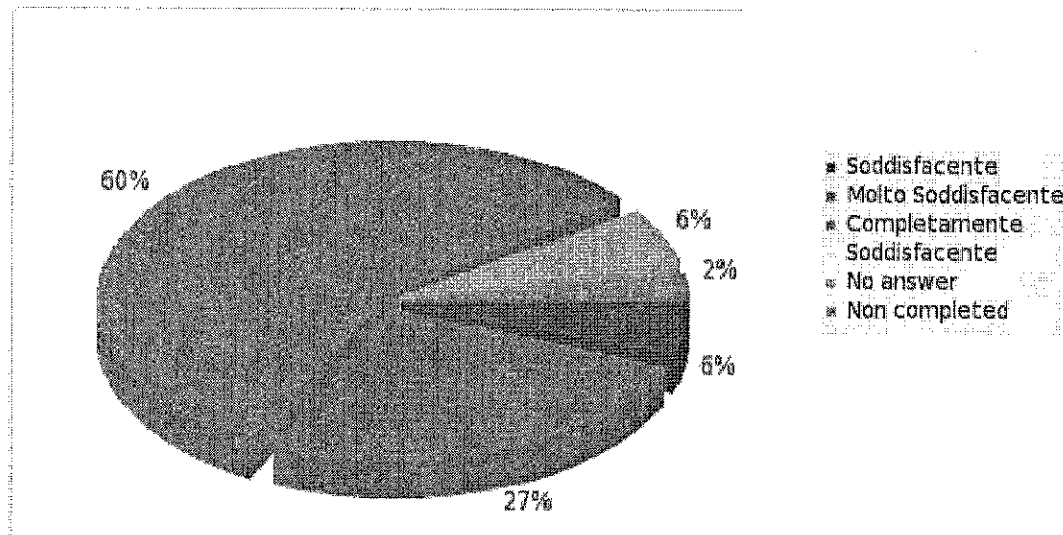
1. accoglienza dei partecipanti all'inizio del corso;
2. assistenza ai partecipanti (didattica, organizzativa);
3. gestione degli adempimenti burocratici del corso.

In riferimento a questo aspetto, è stato registrato un livello di soddisfazione medio. Come si evince dal grafico che si riferisce all'item "Accoglienza partecipanti", la presenza del tutor ha contribuito

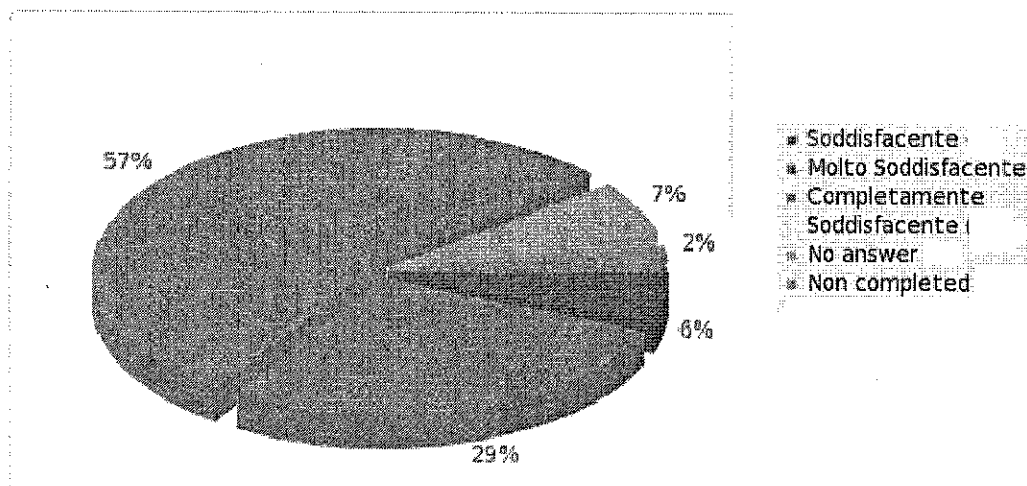
88

alla positiva crescita del gruppo, attraverso l'instaurarsi di una relazione mirata alla costruzione di un ambiente formativo sereno e proattivo.

- *Accoglienza dei partecipanti all'inizio del percorso formativo*

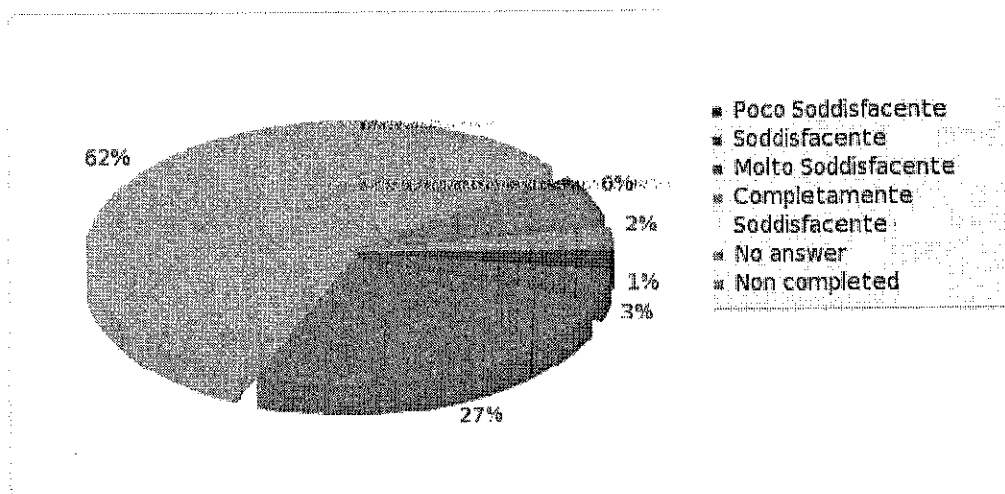


- *Assistenza ai partecipanti*



- *Gestione degli adempimenti burocratici del corso*

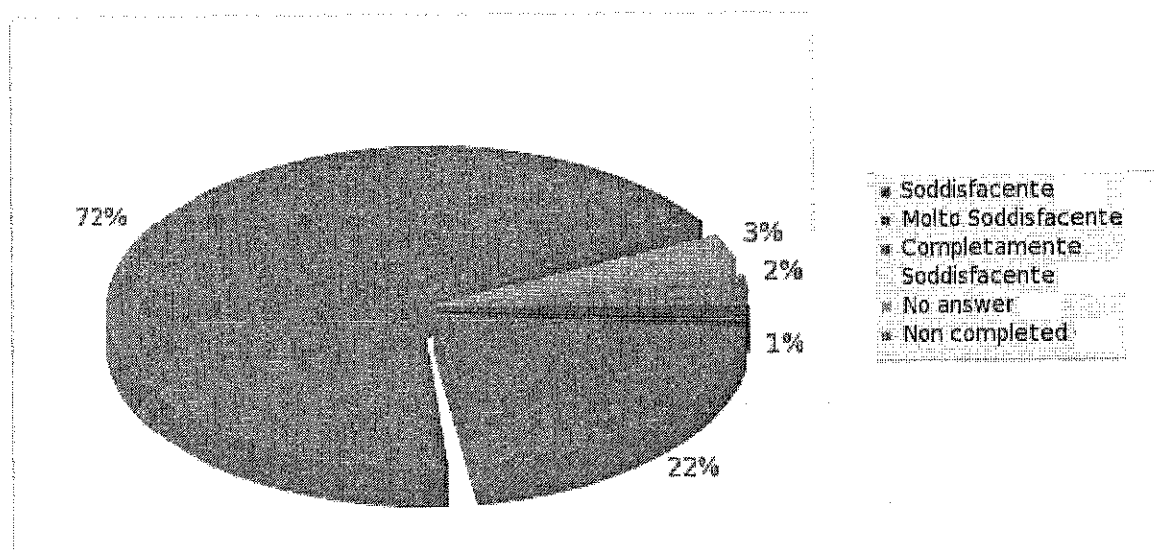
98



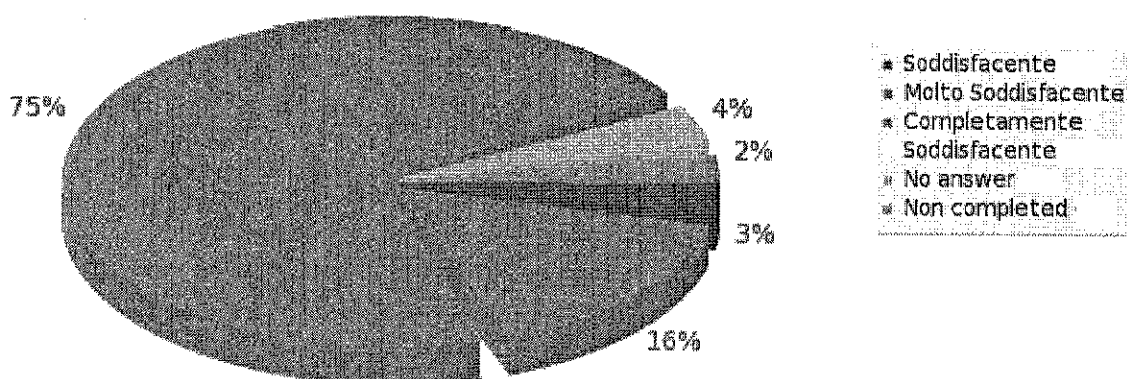
In generale, le attività di tutoring sono state apprezzate dai partecipanti sia per gli aspetti inerenti agli adempimenti formali e all'organizzazione, sia per gli aspetti relazionali che hanno orientato positivamente lo svolgersi delle attività d'aula.

I due grafici successivi mostrano che i partecipanti hanno ritenuto, a fine attività, che gli obiettivi enunciati sono stati raggiunti e hanno valutato molto positivamente la partecipazione all'azione formativa.

- *In che misura ritiene siano stati raggiunti gli obiettivi del corso*



Come valuta, nella sua globalità, l'esperienza realizzata con la partecipazione al corso?



I docenti scelti da SDI per le attività formative hanno completamente soddisfatto i partecipanti ai corsi per quanto riguarda il livello di approfondimento degli argomenti trattati e degli obiettivi raggiunti.

I risultati promuovono il metodo utilizzato (formazione intervento), la scelta dei docenti, l'adeguatezza di linguaggi e strumenti utilizzati in relazione agli ambienti di apprendimento specifici, allestiti sulla base dei dati forniti dalla fase di orientamento preliminare alla formazione vera e propria.

L'ente attuatore è riuscito a rispondere alle esigenze manifestate dall'azienda prima dell'avvio del corso ed inoltre le attività di coordinamento portato avanti dall'ente attuatore tra azienda, docenti scelti e partecipanti al corso risultano essere efficace ed efficiente.

MONITORAGGIO FINANZIARIO

Il monitoraggio finanziario può essere definito come un processo di rilevazione sistematica dei dati afferenti alle spese sostenute dal soggetto attuatore per la realizzazione del piano finanziato.

Pertanto, esso rappresenta lo strumento attraverso il quale si tengono sotto osservazione:

- il grado di avanzamento finanziario;
- il rispetto dei parametri stabili da Fondimpresa per le singole voci di budget;

CP

- le variazioni/scostamenti delle voci di budget in relazione al budget approvato

Al fine di garantire un efficace e costante controllo sulle risorse impegnate o impegnabili, sono state attivate le opportune procedure di controllo e monitoraggio sull'utilizzo delle risorse disponibili.

In particolare, con l'ausilio di strumenti informatici, sono state costantemente controllate le seguenti voci di budget:

- Costi di docenza
- Costi del personale interno
- Costi di gestione
- Costi per forniture
- Costi per attività in delega

Il monitoraggio del flusso finanziario ci ha permesso di ottemperare con puntualità agli adempimenti previsti da Fondimpresa per la rendicontazione delle spese sostenute per la realizzazione del Piano Formativo.

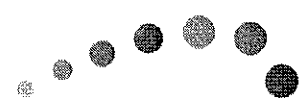
COMITATO DI PILOTAGGIO

Il Comitato di Pilotaggio ha supervisionato e validato i piani operativi presentati nelle progettazioni di periodo.

Esso ha avuto compiti di:

1. Validare e approvare le progettazioni di periodo e le eventuali modifiche del Piano in corso d'opera.
2. Rilevare e attestare le modalità di verifica e certificazione delle competenze acquisite.
3. Assicurare l'assenza nel Piano di formazione in produzione e di attività di formazione obbligatoria in materia di salute e sicurezza nei luoghi di lavoro.
4. Assicurare la realizzazione di azioni formative direttamente connesse a progetti o iniziative delle aziende beneficiarie nelle aree tematiche prioritarie dell'Avviso.

Il Comitato di pilotaggio ha, inoltre, controllato e vigilato sulla corretta esecuzione delle azioni formative verificando che esse fossero realizzate in accordo con quanto presentato nelle varie sessioni di lavoro e si è riunito in seduta per la validazione della certificazione delle competenze.



DIFFUSIONE E TRASFERIMENTO DEI RISULTATI

L'attività di diffusione e trasferimento dei risultati ha avuto come obiettivo di promuovere e diffondere il valore della formazione intervento e i risultati ottenuti con le attività formative previste dal piano. Attraverso questa attività gli attori coinvolti hanno condiviso la realizzazione degli interventi programmati e si è proceduto a divulgare la metodologia seguita nell'erogazione dell'attività formativa. Tale attività è stata realizzata attraverso una newsletter inviata a tutte le aziende partecipanti al piano e non, con l'obiettivo di sensibilizzare ed informare le imprese sui temi dell'internazionalizzazione, del marketing e delle tecniche di produzione che possono essere decisive per lo sviluppo aziendale.

Il 5 giugno a Roma si è tenuto, in collaborazione con le parti sociali settoriali, il Convegno di chiusura del piano, in occasione del quale sono stati presentati i risultati raggiunti e diffusi a livello nazionale e settoriale. Durante il convegno è stato presentato il report conclusivo di monitoraggio 2017/2018 in cui sono stati riportati i dati finali di 20 piani formativi finanziati da fondimpresa riguardanti il settore agroalimentare. Si tratta di un report pubblicato da Federalimentare, Fondimpresa, le parti sociali in collaborazione con i soggetti attuatori dei piani, in cui viene presentata un'indagine relativa al settore agroalimentare che prende in considerazione gli elementi significativi, in termini di efficacia ed efficienza, dell'attività formativa realizzata, come già detto, nell'ambito dei 20 piani settoriali Agroalimentare, rispondenti all'ambito II dell'Avviso 1-2016 Competitività. L'indagine è stata condotta su un campione rappresentativo di aziende e lavoratori beneficiari delle varie azioni contenute nei richiamati Piani formativi. La ricerca si è sviluppata all'avvio di 20 Piani Settoriali ed la sua evoluzione è stata coordinata da un Comitato di indirizzo strategico, il cui apporto è stato determinante nel raggiungimento degli obiettivi di indagine previsti. Sono stati intervistati 1.730 lavoratori e 293 aziende. Le domande sono state concentrate sui corsi/percorsi realizzati, sui loro effetti in termini di trasferibilità nell'ambito della propria attività lavorativa, sui risultati connessi alla digitalizzazione, sulle modalità di certificazione delle competenze, sul ruolo dei vari soggetti interessati, sull'impegno nelle fasi di condivisione, di approvazione, di promozione, di indirizzo e di supervisione delle parti sociali, sul gradimento dei servizi prestati. Tale report è stato distribuito a tutte le associazioni facenti capo a Federalimentare e si può scaricare sul sito di Federlalimentare.

Infine, i risultati ottenuti con le attività formative del piano PROAGRI sono stati pubblicati sul sito di progetto.



RISORSE COINVOLTE NELLE ATTIVITA' NON FORMATIVE – PREPARATORIE E DI ACCOMPAGNAMENTO

ATTIVITA' DEI REFERENTI SCIENTIFICI E DIDATTICI DEL PIANO

Giovanni Perrone

Professore ordinario del settore "Ingegneria Economico-Gestionale" (SC 09/B3 - SSD Ing-Ind/35) in servizio presso il Dipartimento di Ingegneria Chimica, Gestionale, Informatica e Meccanica (DICGIM) dell'Università degli Studi di Palermo. Membro del Comitato Tecnico Scientifico con il ruolo specifico di esperto nell'ambito strategia e comportamento organizzativo e dell'innovazione.

Manfredi Bruccoleri

Professore ordinario del settore "Ingegneria Economico-Gestionale" (SC 09/B3 - SSD Ing-Ind/35) in servizio presso il Dipartimento di Ingegneria Chimica, Gestionale, Informatica e Meccanica (DICGIM) dell'Università degli Studi di Palermo. Membro del Comitato Tecnico Scientifico con il ruolo specifico di esperto nell'ambito strategia e comportamento organizzativo e dell'innovazione.

I referenti scientifici e didattici sono stati costantemente coinvolti nelle attività progettuali condividendo le linee metodologiche relative al processo di erogazione della formazione, alla luce delle aziende coinvolte, delle tematiche e delle competenze attese.

ATTIVITA' NON FORMATIVE PREPARATORIE E DI ACCOMPAGNAMENTO

Tutti i soggetti coinvolti nella realizzazione delle attività preparatorie, di accompagnamento e non formative sono in possesso di pluriennale esperienza nella progettazione e gestione di progetti complessi e adeguate competenze per lo svolgimento delle attività affidate.

Viene di seguito riportato l'elenco dei soggetti coinvolti e delle relative attività svolte.

ATTIVITA' SVOLTA	COGNOME E NOME	ENTE	TIPOLOGIA DI RAPPORTO
C1.1 Analisi della domanda	Riina Salvatore	SDI Soluzioni d'Impresa Srl	Dipendente
C 1.3 Predisposizione programmi operativi di formazione per il personale	Salvo Gabriella	SDI Soluzioni d'Impresa Srl	Dipendente
C 1.5 Altre attività propedeutiche e di accompagnamento (Definizione di metodologie e modelli di formazione continua)	Lisuzzo Giuseppina	SDI Soluzioni d'Impresa Srl	Dipendente
C2.1 Progettazione delle attività del piano	Petrotta Giorgia	SDI Soluzioni d'Impresa Srl	Dipendente
C2.2 Promozione delle attività e delle azioni del piano	Riina Salvatore	SDI Soluzioni d'Impresa Srl	Dipendente
C2.4 Monitoraggio e valutazione	Petrotta Guorgia	SDI Soluzioni d'Impresa Srl	Dipendente
C2.4 Monitoraggio e valutazione	Salvo Gabriella	SDI Soluzioni d'Impresa Srl	Dipendente
C2.4 Monitoraggio e valutazione	Schirò Luigina	SDI Soluzioni d'Impresa Srl	Dipendente
C2.4 Monitoraggio e valutazione	Lisuzzo Giuseppina	SDI Soluzioni d'Impresa Srl	Dipendente
C2.4 Monitoraggio e valutazione	Mandalà Monica	SDI Soluzioni d'Impresa Srl	Consulente libero professionista
C2.5 Diffusione e trasferimento risultati	Plescia Massimo	SDI Soluzioni d'Impresa Srl	Collaboratore

Delega per Predisposizione programmi operativi di formazione per il personale (C1.3)

Tecnologie Integrate Srl ha realizzato per il soggetto attuatore l'attività di definizione dettagliata dei piani annuali di formazione delle singole aziende beneficiare, a seguito della valutazione delle esigenze formative, delle priorità rilevate.

Tale attività rientra tra quelle del piano che ha lo scopo di diffondere tra le imprese del territorio il concetto di formazione intesa come supporto alla crescita professionale delle persone e delle aziende.

In questa ottica diventa fondamentale comprendere che tematiche, contenuti e ambiti di formazione derivano da un modello aziendale in cui le esigenze formative sono il frutto di un percorso di sviluppo aziendale pensato e pianificato che investe specifici processi e aree, specifiche persone in funzione di specifici obiettivi.





Tecnologie integrate ha fornito uno strumento di supporto a tale processo che consente di predisporre un piano annuale di massima che rende immediatamente disponibili, ai decisori, gli elementi che hanno generato l'esigenza formativa e i risvolti attesi dalla stessa.

L'esistenza di un unico documento, in cui raccogliere tutte le esigenze formative aziendali, consente di avere una visione complessiva in cui si rendono immediatamente individuati sinergie, priorità e possibili percorsi di miglioramento.

La presenza di un Piano della formazione consente di definire realmente tematiche, tempi e modi di erogazione che siano in linea con la crescita e la valorizzazione professionale aziendale e personale.

Il piano operativo, racchiude l'elenco delle attività formative che si intendono realizzare nell'arco dello stesso anno; esso sarà aggiornato ogni qualvolta si presenterà una nuova esigenza o interverranno variazioni organizzative o di processo, a seguito delle quali si renderà necessario effettuare altri interventi di formazione.

Le aziende beneficiarie del piano hanno potuto realizzare una pianificazione degli interventi ritenuti necessari in maniera articolata con la definizione di obiettivi, destinatari, settore aziendale coinvolto, periodo, numero di ore e risultati che si vogliono raggiungere per ogni attività.

L'attività ha consentito alle aziende coinvolte di sperimentarsi nell'analisi attenta dello stato dell'arte della propria organizzazione e di cimentarsi nella progettazione e pianificazione di interventi di sviluppo delle risorse umane finalizzati alla loro formazione e valorizzazione, coinvolgimento nel lavoro e nei processi di organizzazione e/o riorganizzazione.

Il piano di formazione annuale fornito alle aziende si compone delle seguenti parti:

- Linee guida alla modalità di compilazione dello strumento comprendente:
 - indicazioni di massima per l'analisi dei fabbisogni formativi
 - indicazioni per la compilazione del piano operativo di formazione
 - indicazioni per la compilazione della scheda di pianificazione dell'evento formativo
- Piano Operativo di Formazione Annuale
- Scheda di pianificazione dell'evento formativo

I risultati dell'attività si sostanziano in 44 Piani formativi aziendali con progettazione di dettaglio di 1 azione formativa a piano per il 100% delle aziende beneficiarie del piano.

Delega per attività non formative Monitoraggio e Diffusione dei risultati(C 2)

Federalimentari Servizi Srl è la società operativa controllata al 100% da Federalimentare, Federazione aderente a Confindustria che, con le sue 15 Associazioni di categoria, oltre alle 3 Associazioni aggregate, rappresenta e tutela l'Industria alimentare in Italia.

Ha svolto attività di analisi di monitoraggio delle attività di formazione per rilevare gli elementi significativi, in termini di efficacia ed efficienza, dell'attività formativa realizzata nell'ambito dei venti piani settoriali Agroalimentare. L'indagine è stata condotta su un campione rappresentativo di aziende e lavoratori beneficiari delle varie azioni contenute nel piano formativo, coordinata da un Comitato di indirizzo strategico.

La società si è occupata, inoltre della presentazione e diffusione dei risultati del piano attraverso la realizzazione di una pubblicazione finale presentata in seno al convegno conclusivo cui hanno partecipato 14 piani settoriali.

La pubblicazione è stata divulgata attraverso un comunicato stampa e reso disponibile per il download sul portale dell'associazione.

Delega per attività non formative (C. 2)

Dipartimento dell'Innovazione Industriale e Digitale (DIID) dell'Università degli Studi di Palermo, ha fornito un contributo alla realizzazione di una parte delle attività non formative intese quali attività di sensibilizzazione e di sostegno alla innovazione delle imprese, in particolare sul tema alla innovazione delle imprese agroalimentari e alla crescita del territorio, denominate "Supporto Tecnico all'Innovazione del comparto agroalimentare e del prodotto".

Il soggetto attuatore del progetto è SDI Soluzioni d'Impresa Srl

La ripartizione delle attività rispetto le macrovoci del Rendiconto Finale viene indicata nella tabella sotto riportata.

Macro voci del Rendiconto Finale		Importi
A	EROGAZIONE DELLA FORMAZIONE	198.389,13
C	ATTIVITA' PREPARATORIE E DI ACCOMPAGNAMENTO E ATTIVITA' NON FORMATIVE	56.641,12
D	GESTIONE DEL PIANO	28.301,15
	Totale Finanziamento	283.331,40



Rilevazione dei risultati rispetto a obiettivi, contenuti e modalità di intervento del Piano

1. OBIETTIVI ED AREE TEMATICHE DEL PIANO

OBIETTIVI ED AREE TEMATICHE	ID Azione formativa	DENOMINAZIONE AZIONE FORMATIVA DA FORMULARIO	AZIONE FORMATIVA REALIZZATA	TEMATICHE FORMATIVE PREVISTE	ORE per Tematica	TEMATICHE FORMATIVE EFFETTIVE	ORE per Tematica	PROGETTI / INIZIATIVE SULLA TEMATICA	PROGRAMMA DIDATTICO PREVISTO	PROGRAMMA DIDATTICO REALIZZATO	MODALITÀ FORMATIVE PREVISTE	ORE per Modalità	MODALITÀ FORMATIVE EFFETTIVE	ORE per Modalità	PARTICIPANTI	MOTIVAZIONI SCOSTAMENTO
(specificare gli obiettivi all'interno delle Aree Tematiche)	(se è stata replicata)		(SI/NO)		PREVISTE		EFFETTIVE	DA PARTE DELLE AZIENDE BENEFICIARIE	(da Formulario o da Progettazione di periodo, in caso di azione non presente nel Formulario)						(specificare: n. quadri, n. impiegati diretti, n. impiegati tecnici, n. impiegati amministrativi, n. operai qualificati, n. operai generici, n. apprendisti)	e/o altre OSSERVAZIONI
Qualificazione dei processi produttivi																
Innovare i processi produttivi e realizzare prodotti con qualità e specifiche tecniche in grado di competere con successo sui mercati nazionali ed internazionali	1576173	Etichettatura alimentare e gestione degli allergeni	SI	Tecniche di produzione	8	Tecniche di produzione	8	Lanza See Food sta realizzando un nuovo posizionamento di allergeni free che prevede anche la possibilità di visionare via web i dati di trattamento del lotto acquistato con l'uso di un'applicazione web	I requisiti del regolamento CE 1169/2011 - Attribuzione di responsabilità sulle informazioni riportate in etichetta - La disciplina sanzionatoria - Procedure di gestione degli allergeni	I requisiti del regolamento CE 1169/2011 - Attribuzione di responsabilità sulle informazioni riportate in etichetta - La disciplina sanzionatoria - Procedure di gestione degli allergeni	Aula	8	Aula	8	3 operai generici; 2 operai qualificati; 1 impiegato amministrativo e tecnico	Nessuno scostamento
Innovare i processi produttivi e realizzare prodotti con qualità e specifiche tecniche in grado di competere con successo sui mercati nazionali ed internazionali	1576177	Come contenere i rischi di produzione nell'azienda agroalimentare per mantenere le prestazioni del processo produttivo	SI	Qualità	30	Qualità	30	L'Antica Pasticceria del Convento di Pirro Giacomini sta portando avanti la revisione dei modi d'uso di macchine e impianti e del percorso delle materie prime per ridurre i rischi per i consumatori e i dipendenti	Panoramica generale dei processi - Come definire un rischio - Identificazione e analisi dei rischi - Trattamento del rischio - Monitoraggio dei rischi - Gestione dei rischi e gestione di progetto - I requisiti operativi dello standard ISO 9001:2015 - L'analisi dei rischi (ISO 31000) applicata allo standard	Panoramica generale dei processi - Come definire un rischio - Identificazione e analisi dei rischi - Trattamento del rischio - Monitoraggio dei rischi - Gestione dei rischi e gestione di progetto - I requisiti operativi dello standard ISO 9001:2015 - L'analisi dei rischi (ISO 31000) applicata allo standard	Coaching	30	Coaching	30	3 operai generici	Nessuno scostamento
Innovare i processi produttivi e realizzare prodotti con qualità e specifiche tecniche in grado di competere con successo sui mercati nazionali ed internazionali	1576178	Come contenere i rischi di produzione nell'azienda agroalimentare per mantenere le prestazioni del processo produttivo	SI	Qualità	30	Qualità	30	Il Frantoio Torre di Mezzo sta portando avanti la revisione dei modi d'uso di macchine e impianti e del percorso delle materie prime per ridurre i rischi per i consumatori e i dipendenti	Panoramica generale dei processi - Come definire un rischio - Identificazione e analisi dei rischi - Trattamento del rischio - Monitoraggio dei rischi - Gestione dei rischi e gestione di progetto - I requisiti operativi dello standard ISO 9001:2015 - L'analisi dei rischi (ISO 31000) applicata allo standard	Panoramica generale dei processi - Come definire un rischio - Identificazione e analisi dei rischi - Trattamento del rischio - Monitoraggio dei rischi - Gestione dei rischi e gestione di progetto - I requisiti operativi dello standard ISO 9001:2015 - L'analisi dei rischi (ISO 31000) applicata allo standard	Coaching	30	Coaching	30	2 operai qualificati; 1 operaio generico	Nessuno scostamento
Innovare i processi produttivi e realizzare prodotti con qualità e specifiche tecniche in grado di competere con successo sui mercati nazionali ed internazionali	1576180	Come contenere i rischi di produzione nell'azienda agroalimentare per mantenere le prestazioni del processo produttivo	SI	Qualità	30	Qualità	30	Le Cantine Morlaia sta portando avanti la revisione dei modi d'uso di macchine e impianti e del percorso delle materie prime per ridurre i rischi per i consumatori e i dipendenti	Panoramica generale dei processi - Come definire un rischio - Identificazione e analisi dei rischi - Trattamento del rischio - Monitoraggio dei rischi - Gestione dei rischi e gestione di progetto - I requisiti operativi dello standard ISO 9001:2015 - L'analisi dei rischi (ISO 31000) applicata allo standard	Panoramica generale dei processi - Come definire un rischio - Identificazione e analisi dei rischi - Trattamento del rischio - Monitoraggio dei rischi - Gestione dei rischi e gestione di progetto - I requisiti operativi dello standard ISO 9001:2015 - L'analisi dei rischi (ISO 31000) applicata allo standard	Coaching	30	Coaching	30	2 impiegati amministrativi e tecnici; 1 operaio generico	Nessuno scostamento
Innovare i processi produttivi e realizzare prodotti con qualità e specifiche tecniche in grado di competere con successo sui mercati nazionali ed internazionali	1576190	Come contenere i rischi di produzione nell'azienda agroalimentare per mantenere le prestazioni del processo produttivo	SI	Qualità	32	Qualità	32	Mazzara Salvatore (La Fierma di Mazzara Salvatore) sta portando avanti la revisione dei modi d'uso di macchine e impianti e del percorso delle materie prime per ridurre i rischi per i consumatori e i dipendenti	Panoramica generale dei processi - Come definire un rischio - Identificazione e analisi dei rischi - Trattamento del rischio - Monitoraggio dei rischi - Gestione dei rischi e gestione di progetto - I requisiti operativi dello standard ISO 9001:2015 - L'analisi dei rischi (ISO 31000) applicata allo standard	Panoramica generale dei processi - Come definire un rischio - Identificazione e analisi dei rischi - Trattamento del rischio - Monitoraggio dei rischi - Gestione dei rischi e gestione di progetto - I requisiti operativi dello standard ISO 9001:2015 - L'analisi dei rischi (ISO 31000) applicata allo standard	Aula; Action learning	Aula; 20; Action learning: 12	Aula; Action learning	Aula; 20; Action learning: 12	2 operai generici; 2 operai qualificati	Nessuno scostamento
Innovare i processi produttivi e realizzare prodotti con qualità e specifiche tecniche in grado di competere con successo sui mercati nazionali ed internazionali	1576192	Come contenere i rischi di produzione nell'azienda agroalimentare per mantenere le prestazioni del processo produttivo	SI	Tecniche di produzione	30	Tecniche di produzione	30	Il Bar Erice di Genco Giuseppe sta portando avanti la revisione dei modi d'uso di macchine e impianti e del percorso delle materie prime per ridurre i rischi per i consumatori e i dipendenti	Panoramica generale dei processi - Come definire un rischio - Identificazione e analisi dei rischi - Trattamento del rischio - Monitoraggio dei rischi - Gestione dei rischi e gestione di progetto - I requisiti operativi dello standard ISO 9001:2015 - L'analisi dei rischi (ISO 31000) applicata allo standard	Panoramica generale dei processi - Come definire un rischio - Identificazione e analisi dei rischi - Trattamento del rischio - Monitoraggio dei rischi - Gestione dei rischi e gestione di progetto - I requisiti operativi dello standard ISO 9001:2015 - L'analisi dei rischi (ISO 31000) applicata allo standard	Coaching	30	Coaching	30	3 operai generici	Nessuno scostamento
Innovare i processi produttivi e realizzare prodotti con qualità e specifiche tecniche in grado di competere con successo sui mercati nazionali ed internazionali	1576193	La gestione della qualità nel processo produttivo	SI	Tecniche di produzione	40	Tecniche di produzione	40	L'azienda Saracino sta procedendo all'aumento della standardizzazione dei livelli qualitativi dei prodotti, attraverso una revisione dei singoli processi produttivi	PDCA - Tecniche operative per la gestione ottimale dei processi produttivi - La gestione dei dati aziendali del processo di produzione - Gestione della produzione con approccio lean - I requisiti operativi dello standard ISO 9001:2015	Tecniche operative per la gestione ottimale dei processi - Gestione della produzione con approccio lean produttivi - La gestione dei dati aziendali del processo di produzione - I requisiti operativi dello standard ISO 9001:2015	Aula corsi interna; Action learning	Aula corsi interna: 24; Action learning: 16	Aula corsi interna; Action learning	Aula corsi interna: 24; Action learning: 16	3 operai generici; 2 operai qualificati	Nessuno scostamento
Innovare i processi produttivi e realizzare prodotti con qualità e specifiche tecniche in grado di competere con successo sui mercati nazionali ed internazionali	1576194	La gestione della qualità nel processo produttivo	SI	Qualità	40	Qualità	40	L'azienda Miotto Mariano sta procedendo ad un aumento della standardizzazione dei livelli qualitativi dei prodotti, attraverso una revisione dei singoli processi produttivi	PDCA - Tecniche operative per la gestione ottimale dei processi produttivi - La gestione dei dati aziendali del processo di produzione - Gestione della produzione con approccio lean - I requisiti operativi dello standard ISO 9001:2015	Tecniche operative per la gestione ottimale dei processi - Gestione della produzione con approccio lean produttivi - La gestione dei dati aziendali del processo di produzione - I requisiti operativi dello standard ISO 9001:2015	Aula corsi interna; Action learning	Aula corsi interna: 24; Action learning: 16	Aula corsi interna; Action learning	Aula corsi interna: 24; Action learning: 16	3 operai generici; 1 operaio qualificato	Nessuno scostamento

Il Referente del Piano

Gennaro Rel

OBIETTIVI ED AREE TEMATICHE	ID Azione formativa	DENOMINAZIONE AZIONE FORMATIVA DA FORMULARIO	AZIONE FORMATIVA REALIZZATA	TEMATICHE FORMATIVE PREVISTE	ORE per Tematica	TEMATICHE FORMATIVE EFFETTIVE	ORE per Tematica	PROGETTI / INIZIATIVE SULLA TEMATICA	PROGRAMMA DIDATTICO PREVISTO	PROGRAMMA DIDATTICO REALIZZATO	MODALITA' FORMATIVE PREVISTE	ORE per Modalità	MODALITA' FORMATIVE EFFETTIVE	ORE per Modalità	PARTICIPANTI	MOTIVAZIONI SCOSTAMENTO
(specificare gli obiettivi all'interno delle Aree Tematiche)	(se è stata realizzata)		(SI/NO)		PREVISTE		EFFETTIVE	DA PARTE DELLE AZIENDE BENEFICIARIE	(da Formulario o da Progettazione di periodo, in caso di azione non presente nel Formulario)						(specificare: n. quadri, n. impiegati direttivi, n. impiegati tecnici, n. impiegati amministrativi, n. operai qualificati, n. operai generici, n. apprendisti)	e/o altre OSSERVAZIONI
Innovare i processi produttivi e di realizzare prodotti con qualità e specifiche tecniche in grado di competere con successo sui mercati nazionali ed internazionali	1576197	La gestione della qualità nel processo produttivo	SI	Qualità	40	Qualità	40	L'azienda Dimensione Carne: sta procedendo ad un aumento della standardizzazione dei livelli qualitativi dei prodotti, attraverso una revisione dei singoli processi produttivi	PDCA - Tecniche operative per la gestione ottimale del processo produttivo - La gestione dei dati aziendali del processo di produzione - Gestione della produzione con approccio lean - I requisiti operativi dello standard ISO 9001:2015	Tecniche operative per la gestione ottimale dei processi - Gestione della produzione con approccio lean produttivi - La gestione dei dati aziendali del processo di produzione - I requisiti operativi dello standard ISO 9001:2015	Aula corsi interna; Action learning	Aula corsi interna: 24 Action learning: 16	Aula corsi interna; Action learning	Aula corsi interna: 24 Action learning: 16	5 operai generici	Nessuno scostamento
Innovare i processi produttivi e realizzare prodotti con qualità e specifiche tecniche in grado di competere con successo sui mercati nazionali ed internazionali	1576198	La gestione della qualità nel processo produttivo	SI	Tecniche di produzione	36	Tecniche di produzione	36	I Vival di Aumenta Antonio sta procedendo ad un aumento della standardizzazione dei livelli qualitativi dei prodotti, attraverso una revisione dei singoli processi produttivi	PDCA - Tecniche operative per la gestione ottimale del processo produttivo - La gestione dei dati aziendali del processo di produzione - Gestione della produzione con approccio lean - I requisiti operativi dello standard ISO 9001:2015 - Gestione della produzione con approccio lean	Tecniche operative per la gestione ottimale dei processi produttivi - I requisiti operativi dello standard ISO 9001:2015 - La gestione dei dati aziendali del processo di produzione -	Aula corsi interna; Action learning	Aula corsi interna: 24 Action learning: 12	Aula corsi interna; Action learning	Aula corsi interna: 24 Action learning: 12	4 operai generici; 1 impiegato amministrativo e tecnico	Nessuno scostamento.
Innovare i processi produttivi e realizzare prodotti con qualità e specifiche tecniche in grado di competere con successo sui mercati nazionali ed internazionali	1576254	Uso efficiente dell'energia per la riduzione dei costi di produzione	SI	Impatto Ambientale	24	Impatto Ambientale	24	Le Tenute di Donna Fugata: sta sviluppando un piano di stabilimento enologico ad alta efficienza energetica, attraverso l'introduzione di sensoristica avanzata	Pianificazione e conduzione di diagnosi energetiche - Individuazione di soluzioni tecniche per la loro eliminazione, ottimizzazione e recupero - Analisi costi-benefici interventi energetici - Redazione di un piano di azione contenente una lista degli interventi individuati, il risparmio atteso e i tempi di attuazione	Pianificazione e conduzione di diagnosi energetiche - Individuazione di soluzioni tecniche per la loro eliminazione, ottimizzazione e recupero - Analisi costi-benefici interventi energetici - Redazione di un piano di azione contenente una lista degli interventi individuati, il risparmio atteso e i tempi di attuazione	Coaching	24	Coaching	24	2 impiegati amministrativi e tecnici	Nessuno scostamento
Innovare i processi produttivi e realizzare prodotti con qualità e specifiche tecniche in grado di competere con successo sui mercati nazionali ed internazionali	1629123	Qualità e rischio del processo produttivo	SI	Tecniche di produzione	//	Tecniche di produzione	8	Agrumaria Corleone sta revisionando i processi d'uso di alcuni impianti al fine di poterne aumentare la flessibilità e la velocità di adattamento a una maggiore produttività	//	Qualità e rischio del processo produttivo	Aula	Aula corsi interna: 8	Aula	Aula corsi interna: 8	7 operai generici	Nessuno scostamento
Innovare i processi produttivi e realizzare prodotti con qualità e specifiche tecniche in grado di competere con successo sui mercati nazionali ed internazionali	1744205	Come contenere i rischi di produzione nell'azienda agroalimentare per mantenere le prestazioni del processo produttivo	SI	//	//	Qualità	8	Campo d'Oro sta procedendo ad una revisione dei modi d'uso di macchine e impianti e del percorso delle materie prime per ridurre i rischi per i consumatori ed i dipendenti	//	Monitoraggio dei rischi - Igiene e sicurezza del processo produttivo - Igiene e sicurezza del processo produttivo	Aula	8	Aula	8	2 impiegati direttivi; 3 operai qualificati	Azione non prevista in progettazione esecutiva del piano
Innovare i processi produttivi e realizzare prodotti con qualità e specifiche tecniche in grado di competere con successo sui mercati nazionali ed internazionali	1724810	Come contenere i rischi di produzione nell'azienda agroalimentare per mantenere le prestazioni del processo produttivo	SI	//	//	Qualità	48	L'azienda Fontanasola sta sviluppando alcune attività per ridurre i rischi per i suoi dipendenti soprattutto in fase di produzione	Come definire un rischio. Analisi dei rischi aziendali. Monitoraggio dei rischi - Panoramica generale del processo-Come definire un rischio - Identificazione e analisi dei rischi - Trattamento del rischio- Gestione dei rischi e gestione di progetto - I requisiti operativi dello standard ISO 9001:2015 - L'analisi dei rischi (ISO 31000) applicata allo standard	Come definire un rischio. Analisi dei rischi aziendali. Monitoraggio dei rischi - Panoramica generale del processo-Come definire un rischio - Identificazione e analisi dei rischi - Trattamento del rischio- Gestione dei rischi e gestione di progetto - I requisiti operativi dello standard ISO 9001:2015 - L'analisi dei rischi (ISO 31000) applicata allo standard	Aula; Action learning	Aula: 32 ore; action learning 16	Aula; Action learning	Aula: 32 ore; action learning 16	1 impiegato amministrativo e tecnico; 4 operai generici	Azione non prevista da piano, l'azienda Fontanasola è subentrata, dopo l'approvazione del piano, all'azienda VINI VACCARO AGRICOLA che ha rinunciato al piano
Innovazione dell'organizzazione																
a)																
b)																
c)																
Digitalizzazione dei processi aziendali																
Sviluppare le competenze nel settore della digitalizzazione dei processi aziendali al fine di generare innovazione per migliorare l'efficienza operativa delle imprese e la capacità di sviluppare nuovi prodotti e nuovi mercati.	1576257	CRM per la gestione delle relazioni con il cliente	SI	Informatica	24	Informatica	24	L'azienda Garbo Surgelati ha introdotto il gestionale Sugar CRM quale strumento finalizzato all'ottimizzazione del processo di gestione dei clienti	Il quadro normativo per la gestione informatica dei documenti - CRM e Customer centrality - I dati e il customer database - Il processo delle relazioni con il cliente - CRM e Marketing Relazionale - Sicurezza dei dati	Il quadro normativo per la gestione informatica dei documenti - CRM e Customer centrality - I dati e il customer database	Aula; Action learning	Aula corsi interna: 8; Action learning: 16	Aula; Action learning	Aula corsi interna: 8; Action learning: 16	1 impiegato amministrativo e tecnico; 2 operai generici; 4 operai qualificati	Nessuno scostamento
Sviluppare le competenze nel settore della digitalizzazione dei processi aziendali al fine di generare innovazione per migliorare l'efficienza operativa delle imprese e la capacità di sviluppare nuovi prodotti e nuovi mercati.	1576262	La tracciabilità e rintracciabilità di filiera informatizzata	SI	Informatica	36	Informatica	36	La società Cooperativa Magnapruina si è già organizzata per rispondere ai requisiti di legge riguardo la tracciabilità di filiera attraverso l'uso di soluzioni web based	Sistema di rintracciabilità nelle filiere agroalimentari, riferimenti normativi - Implementazione del sistema informativo - La sicurezza del sistema informativo - Analisi, standardizzazione e monitoraggio informazioni e dati di processo	Sistema di rintracciabilità nelle filiere agroalimentari, riferimenti normativi - Implementazione del sistema informativo - La sicurezza del sistema informativo - Analisi, standardizzazione e monitoraggio informazioni e dati di processo	Aula; Action learning	Aula corsi interna: 24 Action learning: 12	Aula; Action learning	Aula corsi interna: 24 Action learning: 12	3 operai generici; 1 operaio qualificato	Nessuno scostamento

Il Responsabile del Piano

Carlucci Leb

OBIETTIVI ED AREE TEMATICHE	ID Azione formativa	DENOMINAZIONE AZIONE FORMATIVA DA FORMULARIO	AZIONE FORMATIVA REALIZZATA	TEMATICHE FORMATIVE PREVISTE	ORE per Tematica	TEMATICHE FORMATIVE EFFETTIVE	ORE per Tematica	PROGETTI / INIZIATIVE SULLA TEMATICA	PROGRAMMA DIDATTICO PREVISTO	PROGRAMMA DIDATTICO REALIZZATO	MODALITA' FORMATIVE PREVISTE	ORE per Modalita'	MODALITA' FORMATIVE EFFETTIVE	ORE per Modalita'	PARTICIPANTI	MOTIVAZIONI SCOSTAMENTO
(specificare gli obiettivi all'interno delle Aree Tematiche)	(se è stata realizzata)		(SI/NO)		PREVISTE		EFFETTIVE	DA PARTE DELLE AZIENDE BENEFICIARIE	(da Formulario o da Progettazione di periodo, in caso di azione non presente nel Formulario)						(specificare: n. quadri, n. impiegati direttivi, n. impiegati tecnici, n. impiegati amministrativi, n. operai qualificati, n. operai generici, n. apprendisti)	e/o altre OSSERVAZIONI
Sviluppare le competenze nel settore della digitalizzazione dei processi aziendali al fine di generare innovazione per migliorare l'efficienza operativa delle imprese e la capacità di sviluppare nuovi prodotti e nuovi mercati.	1576270	Reingegnerizzazione dei processi e ICT per l'azienda del settore agroalimentare	SI	Gestione aziendale	64	Gestione aziendale	64	L'azienda Dolfin sta cercando di aumentare la competitività aziendale attraverso una rilevazione continua dei dati del processo produttivo ed una loro elaborazione in termini di gestionali con l'uso di nuove tecnologie (Industria 4.0) di automazione dei processi.	Concetti generali della metodologia Activity Based Management - Analisi per processi; processo produzione e trasformazione; PDCA - Soluzioni informatiche di gestione dei macro processi aziendali in funzione della Catena del Valore - Gestione informatica delle informazioni: analisi, standardizzazione e KPI - Tecniche per la conservazione degli archivi digitali	Reingegnerizzazione dei processi e ICT - Soluzioni informatiche di gestione dei macro processi aziendali in funzione della Catena del Valore	Aula; Action learning	Aula corsi interna: 16; Action learning: 48	Aula; Action learning	Aula corsi interna: 16; Action learning: 48	1 quadri; 4 impiegati amministrativi e tecnici	Nessuno scostamento
Sviluppare le competenze nel settore della digitalizzazione dei processi aziendali al fine di generare innovazione per migliorare l'efficienza operativa delle imprese e la capacità di sviluppare nuovi prodotti e nuovi mercati.	1576274	Reingegnerizzazione dei processi e ICT per l'azienda del settore agroalimentare	SI	Gestione aziendale	28	Gestione aziendale	28	L'azienda Zappalà sta cercando di aumentare la competitività aziendale attraverso una rilevazione continua dei dati del processo produttivo ed una loro elaborazione in termini di gestionali con l'uso di nuove tecnologie (Industria 4.0) di automazione dei processi.	Concetti generali della metodologia Activity Based Management - Analisi per processi e PDCA - Soluzioni informatiche di gestione dei macro processi aziendali in funzione della Catena del Valore - Gestione informatica delle informazioni: analisi, standardizzazione e KPI - Tecniche per la conservazione degli archivi digitali	Reingegnerizzazione dei processi e ICT - Analisi per processi e PDCA	Aula; Action learning	Aula corsi interna: 8; Action learning: 20	Aula; Action learning	Aula corsi interna: 8; Action learning: 20	4 impiegati amministrativi e tecnici	Nessuno scostamento
Sviluppare le competenze nel settore della digitalizzazione dei processi aziendali al fine di generare innovazione per migliorare l'efficienza operativa delle imprese e la capacità di sviluppare nuovi prodotti e nuovi mercati.	1576276	Reingegnerizzazione dei processi e ICT per l'azienda del settore agroalimentare	SI	Gestione aziendale	28	Gestione aziendale	28	L'azienda Zappalà sta cercando di aumentare la competitività aziendale attraverso una rilevazione continua dei dati del processo produttivo ed una loro elaborazione in termini di gestionali con l'uso di nuove tecnologie (Industria 4.0) di automazione dei processi.	Concetti generali della metodologia Activity Based Management - Analisi per processi e PDCA - Soluzioni informatiche di gestione dei macro processi aziendali in funzione della Catena del Valore - Gestione informatica delle informazioni: analisi, standardizzazione e KPI - Tecniche per la conservazione degli archivi digitali	Reingegnerizzazione dei processi e ICT - Analisi per processi e PDCA	Aula; Action learning	Aula corsi interna: 8; Action learning: 20	Aula; Action learning	Aula corsi interna: 8; Action learning: 20	4 impiegati amministrativi e tecnici	Nessuno scostamento
Sviluppare le competenze nel settore della digitalizzazione dei processi aziendali al fine di generare innovazione per migliorare l'efficienza operativa delle imprese e la capacità di sviluppare nuovi prodotti e nuovi mercati.	1576280	Reingegnerizzazione dei processi e ICT per l'azienda del settore agroalimentare	SI	Gestione aziendale	40	Gestione aziendale	40	L'azienda Cantine Europa sta cercando di aumentare la competitività aziendale attraverso una rilevazione continua dei dati del processo produttivo ed una loro elaborazione in termini di gestionali con l'uso di nuove tecnologie (Industria 4.0) di automazione dei processi.	Concetti generali della metodologia Activity Based Management - Analisi per processi e PDCA - Soluzioni informatiche di gestione dei macro processi aziendali in funzione della Catena del Valore - Gestione informatica delle informazioni: analisi, standardizzazione e KPI - Tecniche per la conservazione degli archivi digitali	Concetti generali della metodologia Activity Based Management - Soluzioni informatiche di gestione dei macro processi aziendali in funzione della Catena del Valore - Gestione informatica delle informazioni: analisi, standardizzazione e KPI - Tecniche per la conservazione degli archivi digitali - Analisi per processi e PDCA	Aula; Action learning	Aula corsi interna: 8; Action learning: 32	Aula; Action learning	Aula corsi interna: 8; Action learning: 32	3 impiegati amministrativi e tecnici; 2 quadri	Nessuno scostamento
Sviluppare le competenze nel settore della digitalizzazione dei processi aziendali al fine di generare innovazione per migliorare l'efficienza operativa delle imprese e la capacità di sviluppare nuovi prodotti e nuovi mercati.	1576287	Reingegnerizzazione dei processi e ICT per l'azienda del settore agroalimentare	SI	Gestione aziendale	32	Gestione aziendale	32	Le aziende Cavigrande Spa - Mangiatorella Spa sta cercando di aumentare la competitività aziendale attraverso una rilevazione continua dei dati del processo produttivo ed una loro elaborazione in termini di gestionali con l'uso di nuove tecnologie (Industria 4.0) di automazione dei processi.	Concetti generali della metodologia Activity Based Management - Analisi per processi e PDCA - Soluzioni informatiche di gestione dei macro processi aziendali in funzione della Catena del Valore - Gestione informatica delle informazioni: analisi, standardizzazione e KPI - Tecniche per la conservazione degli archivi digitali	Concetti generali della metodologia Activity Based Management - Analisi per processi e PDCA - Soluzioni informatiche di gestione dei macro processi aziendali in funzione della Catena del Valore - Gestione informatica delle informazioni: analisi, standardizzazione e KPI - Tecniche per la conservazione degli archivi digitali	Aula	32	Aula	32	1 impiegato direttivo; 2 impiegati amministrativi e tecnici; 1 quadro;	Nessuno scostamento
Sviluppare le competenze nel settore della digitalizzazione dei processi aziendali al fine di generare innovazione per migliorare l'efficienza operativa delle imprese e la capacità di sviluppare nuovi prodotti e nuovi mercati.	1576295	Sistemi informativi ed informatici per la gestione d'impresa	SI	Informatica	40	Informatica	40	L'azienda Baglio Curatolo Arini sta investendo per aumentare la competitività aziendale attraverso una digitalizzazione integrata dei processi	Analisi del sistema informativo presente in azienda - Analisi dell'organizzazione e dei processi attuali - Analisi costi-benefici per la realizzazione del sistema - Realizzazione del nuovo sistema informativo - La sicurezza del sistema informativo	Analisi del sistema informativo presente in azienda - La sicurezza del sistema informativo	Aula corsi interna; Action learning	Aula corsi interna: 20; Action learning: 20	Aula corsi interna; Action learning	Aula corsi interna: 20; Action learning: 20	2 impiegati direttivi; 2 impiegati amministrativi e tecnici; 1 quadro; 1 operaio qualificato	Nessuno scostamento
Sviluppare le competenze nel settore della digitalizzazione dei processi aziendali al fine di generare innovazione per migliorare l'efficienza operativa delle imprese e la capacità di sviluppare nuovi prodotti e nuovi mercati.	1576297	Sistemi informativi ed informatici per la gestione d'impresa	SI	Informatica	40	Informatica	40	L'azienda Giuseppe Aiagna fu Antonio sta cercando di aumentare la competitività aziendale attraverso una digitalizzazione integrata dei processi di tutti i reparti.	Analisi del sistema informativo presente in azienda - Analisi dell'organizzazione e dei processi attuali - Analisi costi-benefici per la realizzazione del sistema - Realizzazione del nuovo sistema informativo - La sicurezza del sistema informativo	Analisi dell'organizzazione e dei processi attuali - Analisi del sistema informativo presente in azienda. Il sistema informativo aziendale - Analisi costi-benefici per la realizzazione del sistema. La sicurezza del sistema informativo	Aula corsi interna; Action learning	Aula corsi interna: 8; Action learning: 32	Aula corsi interna; Action learning	Aula corsi interna: 8; Action learning: 32	3 operai qualificati; 2 impiegati amministrativi e tecnici	Nessuno scostamento
Sviluppare le competenze nel settore della digitalizzazione dei processi aziendali al fine di generare innovazione per migliorare l'efficienza operativa delle imprese e la capacità di sviluppare nuovi prodotti e nuovi mercati.	1576301	Sistemi informativi ed informatici per la gestione d'impresa	SI	Informatica	40	Informatica	40	Enologica Cassarà sta cercando di aumentare la competitività aziendale attraverso una digitalizzazione integrata dei processi di tutti i reparti.	Analisi del sistema informativo presente in azienda - Analisi dell'organizzazione e dei processi attuali - Analisi costi-benefici per la realizzazione del sistema - Realizzazione del nuovo sistema informativo - La sicurezza del sistema informativo	Analisi del sistema informativo presente in azienda - Analisi dell'organizzazione e dei processi attuali - Analisi costi-benefici per la realizzazione del sistema - Realizzazione del nuovo sistema informativo - La sicurezza del sistema informativo	Coaching	40	Coaching	40	1 operaio generico; 1 impiegato amministrativo e tecnico	Nessuno scostamento

Il Referente del Piano
Gebriele Leb

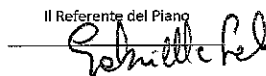
OBIETTIVI ED AREE TEMATICHE	ID Azione formativa	DENOMINAZIONE AZIONE FORMATIVA DA FORMULARIO	AZIONE FORMATIVA REALIZZATA	TEMATICHE FORMATIVE PREVISTE	ORE per Tematica	TEMATICHE FORMATIVE EFFETTIVE	ORE per Tematica	PROGETTI / INIZIATIVE SULLA TEMATICA	PROGRAMMA DIDATTICO PREVISTO	PROGRAMMA DIDATTICO REALIZZATO	MODALITA' FORMATIVE PREVISTE	ORE per Modalita'	MODALITA' FORMATIVE EFFETTIVE	ORE per Modalita'	PARTICIPANTI	MOTIVAZIONI SCOSTAMENTO
(specificare gli obiettivi all'interno delle Aree Tematiche)	(se è stata realizzata)		(SI/NO)		PREVISTE		EFFETTIVE	DA PARTE DELLE AZIENDE BENEFICIARIE	(da Formulario o da Progettazione di periodo, in caso di azione non presente nel Formulario)						(specificare: n. quadri, n. impiegati direttivi, n. impiegati tecnici, n. impiegati amministrativi, n. operai qualificati, n. operai generici, n. apprendisti)	e/o altre OSSERVAZIONI
Sviluppare le competenze nel settore della digitalizzazione dei processi aziendali al fine di generare innovazione per migliorare l'efficienza operativa delle imprese e la capacità di sviluppare nuovi prodotti e nuovi mercati.	1576302	Sistemi informativi ed informatici per la gestione d'impresa	SI	Informatica	40	Informatica	40	Cantina Sociale Santa Ninfa Soc. agricola sta cercando di aumentare la competitività aziendale attraverso una digitalizzazione integrata dei processi di tutti i reparti.	Analisi del sistema informativo presente in azienda - Analisi dell'organizzazione e dei processi attuali - Analisi costi-benefici per la realizzazione del sistema - Realizzazione del nuovo sistema informativo - La sicurezza del sistema informativo	Analisi del sistema informativo presente in azienda - Analisi dell'organizzazione e dei processi attuali - Analisi costi-benefici per la realizzazione del sistema - Realizzazione del nuovo sistema informativo - La sicurezza del sistema informativo	Coaching	40	Coaching	40	2 operai qualificati; 1 impiegato amministrativo e tecnico	Nessuno scostamento
Sviluppare le competenze nel settore della digitalizzazione dei processi aziendali al fine di generare innovazione per migliorare l'efficienza operativa delle imprese e la capacità di sviluppare nuovi prodotti e nuovi mercati.	1576338	Sistemi informativi ed informatici per la gestione d'impresa	SI	Informatica	86	Informatica	86	L'azienda CRIMARK sta cercando di aumentare la competitività aziendale attraverso una digitalizzazione integrata dei processi di tutti i reparti.	Analisi del sistema informativo presente in azienda - Analisi dell'organizzazione e dei processi attuali - Analisi costi-benefici per la realizzazione del sistema - Realizzazione del nuovo sistema informativo - La sicurezza del sistema informativo	Analisi del sistema informativo presente in azienda - Analisi dell'organizzazione e dei processi attuali - La sicurezza del sistema informativo - Realizzazione del nuovo sistema informativo	Aula corsi interna; Action learning	Aula corsi interna; 24; Action learning: 12	Aula corsi interna; Action learning	Aula corsi interna; 24; Action learning: 12	2 operai qualificati; 1 quadro; 3 impiegati amministrativi e tecnici	Nessuno scostamento
Sviluppare le competenze nel settore della digitalizzazione dei processi aziendali al fine di generare innovazione per migliorare l'efficienza operativa delle imprese e la capacità di sviluppare nuovi prodotti e nuovi mercati.	1576340	Sistemi informativi ed informatici per la gestione d'impresa	SI	Informatica	24	Informatica	24	La Soc. Cooperativa Cantina Cellaro sta cercando di aumentare la competitività aziendale attraverso una digitalizzazione integrata dei processi di tutti i reparti	Analisi del sistema informativo presente in azienda - Analisi dell'organizzazione e dei processi attuali - Analisi costi-benefici per la realizzazione del sistema - Realizzazione del nuovo sistema informativo - La sicurezza del sistema informativo	Analisi del sistema informativo presente in azienda - Analisi dell'organizzazione e dei processi attuali - Analisi costi-benefici per la realizzazione del sistema - Realizzazione del nuovo sistema informativo - La sicurezza del sistema informativo	Coaching	24	Coaching	24	2 impiegati amministrativi e tecnici	Nessuno scostamento
Sviluppare le competenze nel settore della digitalizzazione dei processi aziendali al fine di generare innovazione per migliorare l'efficienza operativa delle imprese e la capacità di sviluppare nuovi prodotti e nuovi mercati.	1576353	Sistemi informativi ed informatici per la gestione d'impresa	SI	Informatica	50	Informatica	50	L'azienda Carlo Pellegrino sta cercando di aumentare la competitività aziendale attraverso una digitalizzazione integrata dei processi di tutti i reparti	Analisi del sistema informativo presente in azienda - Analisi dell'organizzazione e dei processi attuali - Analisi costi-benefici per la realizzazione del sistema - Realizzazione del nuovo sistema informativo - La sicurezza del sistema informativo	Analisi del sistema informativo presente in azienda - Analisi dell'organizzazione e dei processi attuali - La sicurezza del sistema informativo - Realizzazione del nuovo sistema informativo	Aula corsi interna; Action learning	Aula corsi interna; 30; Action learning: 20	Aula corsi interna; Action learning	Aula corsi interna; 30; Action learning: 20	2 impiegati amministrativi e tecnici; 2 impiegati direttivi	Nessuno scostamento
Sviluppare le competenze nel settore della digitalizzazione dei processi aziendali al fine di generare innovazione per migliorare l'efficienza operativa delle imprese e la capacità di sviluppare nuovi prodotti e nuovi mercati.	1576354	Sistemi informativi ed informatici per la gestione delle vendite	SI	Informatica	50	Informatica	50	Le Società Cooperative Dolce Miele e La Contea stanno cercando di aumentare la competitività aziendale attraverso una digitalizzazione integrata dei processi di tutti i reparti	- Analisi del sistema informativo per le vendite - Web marketing e il piano di comunicazione - Analisi costi-benefici per la realizzazione del sistema	Analisi del sistema informativo per le vendite - Analisi costi-benefici per la realizzazione del sistema - Web marketing e piano di comunicazione	Aula corsi interna; Action learning	Aula corsi interna; 25; Action Learning: 25	Aula corsi interna; Action learning	Aula corsi interna; 25; Action Learning: 25	6 operai generici	Nessuno scostamento
Sviluppare le competenze nel settore della digitalizzazione dei processi aziendali al fine di generare innovazione per migliorare l'efficienza operativa delle imprese e la capacità di sviluppare nuovi prodotti e nuovi mercati.	1576355	Sistemi informativi ed informatici per la gestione delle vendite	SI	Informatica	82	Informatica	82	La Società Cooperativa Florapis sta cercando di aumentare la competitività aziendale attraverso una digitalizzazione integrata dei processi di tutti i reparti	- Analisi del sistema informativo per le vendite - Web marketing e il piano di comunicazione - Analisi costi-benefici per la realizzazione del sistema	- Analisi del sistema informativo per le vendite - Web marketing e il piano di comunicazione - Analisi costi-benefici per la realizzazione del sistema	Aula corsi interna; Action learning	Aula corsi interna; 16; Action Learning: 16	Aula corsi interna; Action learning	Aula corsi interna; 16; Action Learning: 16	5 operai generici	Nessuno scostamento.
Sviluppare le competenze nel settore della digitalizzazione dei processi aziendali al fine di generare innovazione per migliorare l'efficienza operativa delle imprese e la capacità di sviluppare nuovi prodotti e nuovi mercati.	1744206	Sistemi informativi per la gestione d'impresa	SI	//	//	Informatica	16	L'azienda Colleverde sta cercando di aumentare la competitività aziendale attraverso una digitalizzazione integrata dei processi di tutti i reparti	//	Sistema informativo presente in azienda e l'organizzazione e dei processi attuali - I processi di gestione dei documenti digitali e la fattura elettronica ai fini tributari e fiscali	Aula corsi interna	16	Aula corsi interna	16	3 impiegati amministrativi e tecnici; 2 operai generici	Azione non prevista in progettazione esecutiva del piano
Sviluppare le competenze nel settore della digitalizzazione dei processi aziendali al fine di generare innovazione per migliorare l'efficienza operativa delle imprese e la capacità di sviluppare nuovi prodotti e nuovi mercati.	1767708	Reingegnerizzazione dei processi e ICT per l'azienda del settore agroalimentare	SI	//	//	Gestione aziendale	40	L'azienda Dolfin sta cercando di aumentare la competitività aziendale attraverso una rilevazione continua dei dati del processo produttivo ed una loro elaborazione in termini di gestionali con l'uso di nuove tecnologie (Industria 4.0) di automazione dei processi.	//	Analisi per processi e PDCA; Gestione informatica delle informazioni: analisi, standardizzazione e KPI; Gestione dei processi aziendali in funzione della Catena del Valore	Aula corsi interna; Action learning	Aula corsi interna; 20; Action learning: 20	Aula corsi interna; Action learning	Aula corsi interna; 20; Action learning: 20	4 impiegati amministrativi e tecnici; 1 quadro	Azione non prevista nel piano. L'azienda DOLFIN, subentrante a SICILFORMAGGI Srl, già aderente al piano ha chiesto di poter effettuare tale azione formativa della durata di 40 ore per completare il percorso già avviato nel piano.

Il Referente del Piano

Gennaro

OBIETTIVI ED AREE TEMAICHE	ID Azione formativa	DENOMINAZIONE AZIONE FORMATIVA DA FORMULAZIONE	AZIONE FORMATIVA REALIZZATA	TEMAICHE FORMATIVE PREVISTE	ORE per temaiche	TEMAICHE FORMATIVE EFFETTIVE	ORE per temaiche	PROGETTI / INIZIATIVE SULLA TEMAICA	PROGRAMMA DIDATTICO PREVISTO	PROGRAMMA DIDATTICO REALIZZATO	MODALITA' FORMATIVA PREVISTE	ORE per Modalita'	MODALITA' FORMATIVA EFFETTIVE	ORE per Modalita'	PARTECIPANTI	MOTIVAZIONI SCOSTAMENTO
(specificare gli obiettivi all'interno delle Aree Tematiche)	(se è stata realizzata)		(SI/NO)		PREVISTE		EFFETTIVE	DA PARTE DELLE AZIENDE BENEFICIARIE	(da Formulazione o da Progettazione di periodo, in caso di azione non presente nel Formulazione)						(specificare: n. quadri, n. impiegati direttivi, n. impiegati tecnici, n. impiegati amministrativi, n. operai qualificati, n. operai generici, n. apprendisti)	e/o altre OSSERVAZIONI
Sviluppare le competenze nel settore della digitalizzazione dei processi aziendali al fine di generare innovazione per migliorare l'efficienza operativa delle imprese e la capacità di sviluppare nuovi prodotti e nuovi mercati.	1576298	Sistemi informativi ed informatici per la gestione d'impresa	SI	Informatica	24	Informatica	24	Lanza See Food sta realizzando un nuovo posizionamento di alleggeri free che prevede anche la possibilità di visionare via web i dati di trattamento del lotto acquistato con l'uso di un'applicazione web	Analisi del sistema informativo presente in azienda - Analisi costi-benefici per la realizzazione del sistema - Realizzazione del nuovo sistema informativo - Utilizzo avanzato excel - La sicurezza del sistema informativo	Analisi del sistema informativo presente in azienda - Analisi costi-benefici per la realizzazione del sistema - Realizzazione del nuovo sistema informativo - Utilizzo avanzato excel - La sicurezza del sistema informativo	Aula corsi interna; Action learning	Aula corsi interna; 12 Action learning; 12	Aula corsi interna; Action learning	Aula corsi interna; 12 Action learning; 12	3 impiegati amministrativi e tecnici; 2 operai qualificati e operai qualificati	Nessuno scostamento
Commercio elettronico																
a)																
b)																
c)																
Contratti di rete																
a)																
b)																
c)																
Internazionaliz- zazione																
Sviluppare le competenze specifiche in ambito internazionale al fine di sapere cogliere le domande che provengono dai mercati esteri	1576356	Certificazioni di prodotto - processo per l'export	SI	Gestione aziendale	52	Gestione aziendale	52	Bono & Ditta sta cercando di ampliare la vendita nei mercati esteri anche acquisendo nuove certificazioni di prodotto, come da esempio la certificazione ISO 22000, Kosher e Halal	Il nuovo protocollo "BRC Global Standard - Food" - Riferimenti al nuovo protocollo "International Food Standard" - Certificazioni Kosher e Halal - I requisiti degli standard: HACCP e GMP - Sistema di Gestione della sicurezza alimentare- Integrazione degli standard BRC e IFS con il Sistema di Gestione per la Sicurezza Alimentare ISO 22000 - Le fasi del processo di certificazione	Il nuovo protocollo "BRC Global Standard - Food" - Riferimenti al nuovo protocollo "International Food Standard" - Certificazioni Kosher e Halal - I requisiti degli standard: HACCP e GMP - Sistema di Gestione della sicurezza alimentare- Integrazione degli standard BRC e IFS con il Sistema di Gestione per la Sicurezza Alimentare ISO 22000 - Le fasi del processo di certificazione	Aula corsi interna; Action Learning	Aula corsi interna; 16 Action Learning; 16	Aula corsi interna; Action Learning	Aula corsi interna; 16 Action Learning; 16	2 impiegati amministrativi e tecnici; 1 operaio qualificato; 1 impiegato direttivo; 1 quadro	Nessuno scostamento
Sviluppare le competenze specifiche in ambito internazionale al fine di sapere cogliere le domande che provengono dai mercati esteri	1576358	Certificazioni di prodotto - processo per l'export	SI	Gestione aziendale	56	Gestione aziendale	56	L'Ortofrutta Agronatura sta entrando in contatto con buyer della GDO nord europea per vendere all'estero i propri prodotti e sta investendo in differenti certificazioni e piccoli adeguamenti tecnologici necessari	Il nuovo protocollo "BRC Global Standard - Food" - Riferimenti al nuovo protocollo "International Food Standard" - Certificazioni Kosher e Halal - I requisiti degli standard: HACCP e GMP - Sistema di Gestione della sicurezza alimentare- Integrazione degli standard BRC e IFS con il Sistema di Gestione per la Sicurezza Alimentare ISO 22000 - Le fasi del processo di certificazione	Il nuovo protocollo "BRC Global Standard - Food" - Riferimenti al nuovo protocollo "International Food Standard" - Certificazioni Kosher e Halal - I requisiti degli standard: HACCP e GMP - Sistema di Gestione della sicurezza alimentare- Integrazione degli standard BRC e IFS con il Sistema di Gestione per la Sicurezza Alimentare ISO 22000 - Le fasi del processo di certificazione	Aula corsi interna; Action Learning	Aula corsi interna; 24 Action Learning; 12	Aula corsi interna; Action Learning	Aula corsi interna; 24 Action Learning; 12	5 impiegati amministrativi e tecnici; 1 operaio qualificato; 2 operai generici	Nessuno scostamento
Sviluppare le competenze specifiche in ambito internazionale al fine di sapere cogliere le domande che provengono dai mercati esteri	1577918	Certificazioni di prodotto - processo per l'export	SI	Gestione aziendale	24	Gestione aziendale	24	La Cooperativa Agribile sta entrando in contatto con buyer della GDO inglese per vendere all'estero i propri prodotti e sta investendo in differenti certificazioni e piccoli adeguamenti tecnologici necessari	Il nuovo protocollo "BRC Global Standard - Food" - Riferimenti al nuovo protocollo "International Food Standard" - Certificazioni Kosher e Halal - I requisiti degli standard: HACCP e GMP - Sistema di Gestione della sicurezza alimentare- Integrazione degli standard BRC e IFS con il Sistema di Gestione per la Sicurezza Alimentare ISO 22000 - Le fasi del processo di certificazione	Il quadro normativo; protocollo BRC; ISO 22000; requisiti degli standard: HACCP e GMP; Sistema di Gestione Integrata	Action Learning	24	Action Learning	24	4 impiegati amministrativi e tecnici	Nessuno scostamento
Sviluppare le competenze specifiche in ambito internazionale al fine di sapere cogliere le domande che provengono dai mercati esteri	1577921	Lingue per l'export	SI	Lingue	24	Lingue	24	L'azienda Tasca d'Almerita sta investendo nei mercati esteri in particolare attraverso l'uso di una piattaforma web di gestione delle trattative	Strutture grammaticali necessarie per una comunicazione efficace di livello base - Aspetti comunicativi generali - Approfondimento del linguaggio business	Strutture grammaticali necessarie per una comunicazione efficace di livello base - Aspetti comunicativi generali - Approfondimento del linguaggio business	Aula	Aula corsi interna; 24	Aula	24	9 impiegati amministrativi e tecnici	Nessuno scostamento
Sviluppare le competenze specifiche in ambito internazionale al fine di sapere cogliere le domande che provengono dai mercati esteri	1577924	Lingue per l'export	SI	Lingue	24	Lingue	24	L'azienda Tasca d'Almerita sta investendo nei mercati esteri in particolare attraverso l'uso di una piattaforma web di gestione delle trattative	Strutture grammaticali necessarie per una comunicazione efficace di livello base - Aspetti comunicativi generali - Approfondimento del linguaggio business	Strutture grammaticali necessarie per una comunicazione efficace di livello base - Aspetti comunicativi generali - Approfondimento del linguaggio business	Aula	Aula corsi interna; 24	Aula	24	8 impiegati amministrativi e tecnici	Nessuno scostamento
Sviluppare le competenze specifiche in ambito internazionale al fine di sapere cogliere le domande che provengono dai mercati esteri	1577938	Lingue per l'export	SI	Lingue	40	Lingue	40	L'azienda Goppon Caffè 8ri sta investendo nei mercati esteri in particolare attraverso l'uso di una piattaforma web di gestione delle trattative	Strutture grammaticali necessarie per una comunicazione efficace di livello base - Aspetti comunicativi generali - Approfondimento del linguaggio business	Strutture grammaticali necessarie per una comunicazione efficace di livello base - Aspetti comunicativi generali - business	Aula; Action learning	Aula corsi interna; 32; Action learning;8	Aula; Action learning	Aula corsi interna; 32; Action learning;8	3 Quadri, 2 impiegati direttivi, 1 operaio qualificato	Nessuno scostamento
Sviluppare le competenze specifiche in ambito internazionale al fine di sapere cogliere le domande che provengono dai mercati esteri	1577943	Lingue per l'export	SI	Lingue	40	Lingue	40	L'azienda Frutta C2 Spasta investendo nei mercati esteri in particolare attraverso l'uso di una piattaforma web di gestione delle trattative	Strutture grammaticali necessarie per una comunicazione efficace di livello base - Aspetti comunicativi generali - Approfondimento del linguaggio business	Strutture grammaticali necessarie per una comunicazione efficace di livello base - Aspetti comunicativi generali - business	Aula; Action learning	Aula corsi interna; 32; Action learning;8	Aula; Action learning	Aula corsi interna; 32; Action learning;8	4 impiegati amministrativi e tecnici, 2 operai generici	Nessuno scostamento

Il Referente del Piano



OBIETTIVI ED AREE TEMAICHE	ID Azione formativa	DENOMINAZIONE AZIONE FORMATIVA DA FORMULARIO	AZIONE FORMATIVA REALIZZATA	TEMAICHE FORMATIVE PREVISTE	ORE per tematica	TEMAICHE FORMATIVE EFFETTIVE	ORE per tematica	PROGETTI / INIZIATIVE SULLA TEMAICA	PROGRAMMA DIDATTICO PREVISTO	PROGRAMMA DIDATTICO REALIZZATO	MODALITA' FORMATIVE PREVISTE	ORE per Modalità	MODALITA' FORMATIVE EFFETTIVE	ORE per Modalità	PARTECIPANTI	MOTIVAZIONI SCOSTAMENTO
(specificare gli obiettivi all'interno delle Aree Tematiche)	(se è stata realizzata)		(SI/NO)		PREVISTE		EFFETTIVE	DA PARTE DELLE AZIENDE BENEFICIARIE	(da Formulario o da Progettazione di periodo, in caso di azione non presente nel Formulario)						(specificare: n. quadri, n. impiegati direttivi, n. impiegati tecnici, n. impiegati amministrativi, n. operai qualificati, n. operai generici, n. apprendisti)	e/o altre OSSERVAZIONI
Sviluppare le competenze specifiche in ambito internazionale al fine di sapere cogliere le domande che provengono dai mercati esteri	1577950	Marketing internazionale del Made in Italy	SI	Marketing Vendite	32	Marketing Vendite	32	Bono & Ditta sta cercando di ampliare la vendita nei mercati esteri anche acquisendo nuove certificazioni di prodotto, come da esempio le certificazioni ISO 22000, Kosher e Halal	Marketing strategico e marketing internazionale - I fattori (economico, culturale, politico, legale) che influenzano il marketing internazionale - La comunicazione e la clientela internazionale, l'interculturalità - I principali elementi del piano di marketing internazionale: la strategia di prodotto e di prezzo, la pubblicità internazionale, i canali di distribuzione - Valutazione dell'attrattività dei paesi esteri: fonti di informazione e attività di ricerca, stima dell'impatto delle scelte di canale all'estero sulla competitività e redditività aziendale, sistemi di controllo della performance - Strumenti di social media e innovation marketing - Il valore del "Made in Italy", come comunicarlo	Il valore del Made in Italy, come comunicarlo. Strumenti di social media e innovation marketing. I fattori che influenzano il marketing internazionale. I fattori che influenzano il marketing internazionale - Valutazione dell'attrattività dei paesi esteri - I principali elementi del piano di marketing internazionale: la strategia di prodotto e di prezzo, la pubblicità internazionale, i canali di distribuzione. Valutazione dell'attrattività dei paesi esteri: fonti di informazione e attività di ricerca, stima dell'impatto delle scelte di canale all'estero sulla competitività e redditività aziendale, sistemi di controllo della performance. Valutazione dell'attrattività dei paesi esteri	Aula; Action learning	Aula corsi Interni: 20 Action learning: 12	Aula; Action learning	Aula corsi Interni: 20 Action learning: 12	2 impiegati amministrativi e tecnici, 1 operaio qualificato; 1 quadro; 2 impiegati direttivi	Nessuno scostamento
Sviluppare le competenze specifiche in ambito internazionale al fine di sapere cogliere le domande che provengono dai mercati esteri	1577955	Marketing internazionale del Made in Italy	SI	Marketing Vendite	40	Marketing Vendite	40	Il Pacifico S. Martino di Macchiella Giuseppe sta lavorando, con l'aiuto di un esperto in marketing internazionale di sviluppare un metodo aziendale di export sia per nuovi paesi che per vendere meglio in paesi in cui si è già presenti	Marketing strategico e marketing internazionale - I fattori (economico, culturale, politico, legale) che influenzano il marketing internazionale - La comunicazione e la clientela internazionale, l'interculturalità - I principali elementi del piano di marketing internazionale: la strategia di prodotto e di prezzo, la pubblicità internazionale, i canali di distribuzione - Valutazione dell'attrattività dei paesi esteri: fonti di informazione e attività di ricerca, stima dell'impatto delle scelte di canale all'estero sulla competitività e redditività aziendale, sistemi di controllo della performance - Strumenti di social media e innovation marketing - Il valore del "Made in Italy", come comunicarlo	Marketing strategico e marketing internazionale - I fattori (economico, culturale, politico, legale) che influenzano il marketing internazionale - La comunicazione e la clientela internazionale, l'interculturalità - I principali elementi del piano di marketing internazionale: la strategia di prodotto e di prezzo, la pubblicità internazionale, i canali di distribuzione - Valutazione dell'attrattività dei paesi esteri: fonti di informazione e attività di ricerca, stima dell'impatto delle scelte di canale all'estero sulla competitività e redditività aziendale, sistemi di controllo della performance - Strumenti di social media e innovation marketing - Il valore del "Made in Italy", come comunicarlo	Aula; Action learning	Aula corsi Interni: 24 Action learning: 16	Aula; Action learning	Aula corsi Interni: 24 Action learning: 16	2 impiegati amministrativi e tecnici, 3 operai qualificati;	Nessuno scostamento.
Sviluppare le competenze specifiche in ambito internazionale al fine di sapere cogliere le domande che provengono dai mercati esteri	1577956	Marketing internazionale del Made in Italy	SI	Marketing Vendite	40	Marketing Vendite	40	L'azienda Tutti i Gusti sta lavorando, con l'aiuto di un esperto in marketing internazionale di sviluppare un metodo aziendale di export sia per nuovi paesi che per vendere meglio in paesi in cui si è già presenti	Marketing strategico e marketing internazionale - I fattori (economico, culturale, politico, legale) che influenzano il marketing internazionale - La comunicazione e la clientela internazionale, l'interculturalità - I principali elementi del piano di marketing internazionale: la strategia di prodotto e di prezzo, la pubblicità internazionale, i canali di distribuzione - Valutazione dell'attrattività dei paesi esteri: fonti di informazione e attività di ricerca, stima dell'impatto delle scelte di canale all'estero sulla competitività e redditività aziendale, sistemi di controllo della performance - Strumenti di social media e innovation marketing - Il valore del "Made in Italy", come comunicarlo	Marketing strategico e marketing internazionale - I fattori (economico, culturale, politico, legale) che influenzano il marketing internazionale - La comunicazione e la clientela internazionale, l'interculturalità - I principali elementi del piano di marketing internazionale: la strategia di prodotto e di prezzo, la pubblicità internazionale, i canali di distribuzione - Simulazioni Casi - Strumenti di social media e innovation marketing - Il valore del "Made in Italy", come comunicarlo	Aula; Action learning	Aula corsi Interni: 24 Action learning: 16	Aula; Action learning	Aula corsi Interni: 24 Action learning: 16	4 operai generici	Nessuno scostamento.
Sviluppare le competenze specifiche in ambito internazionale al fine di sapere cogliere le domande che provengono dai mercati esteri	1577964	Marketing internazionale del Made in Italy	SI	Marketing Vendite	40	Marketing Vendite	40	L'azienda Max Dellezze sta lavorando, con l'aiuto di un esperto in marketing internazionale di sviluppare un metodo aziendale di export sia per nuovi paesi che per vendere meglio in paesi in cui si è già presente	Marketing strategico e marketing internazionale - I fattori (economico, culturale, politico, legale) che influenzano il marketing internazionale - La comunicazione e la clientela internazionale, l'interculturalità - I principali elementi del piano di marketing internazionale: la strategia di prodotto e di prezzo, la pubblicità internazionale, i canali di distribuzione - Valutazione dell'attrattività dei paesi esteri: fonti di informazione e attività di ricerca, stima dell'impatto delle scelte di canale all'estero sulla competitività e redditività aziendale, sistemi di controllo della performance - Strumenti di social media e innovation marketing - Il valore del "Made in Italy", come comunicarlo	I fattori (economico, culturale, politico, legale) che influenzano il marketing internazionale - La comunicazione e la clientela internazionale, l'interculturalità - I principali elementi del piano di marketing internazionale: la strategia di prodotto e di prezzo, la pubblicità internazionale, i canali di distribuzione - Il valore del "Made in Italy", come comunicarlo	Aula; Action learning	Aula corsi Interni: 24 Action learning: 16	Aula; Action learning	Aula corsi Interni: 24 Action learning: 16	3 operai qualificati; 1 impiegato amministrativo; 1 impiegato direttivo	Nessuno scostamento.

OBIETTIVI E AREE TEMATICHE	ID Azione formativa	DENOMINAZIONE AZIONE FORMATIVA DA FORMULARIO	AZIONE FORMATIVA REALIZZATA	TEMATICHE FORMATIVE PREVISTE	ORE per Tematiche	TEMATICHE FORMATIVE EFFETTIVE	ORE per Tematiche	PROGETTI / INIZIATIVE SULLA TEMATICA	PROGRAMMA DIDATTICO PREVISTO	PROGRAMMA DIDATTICO REALIZZATO	MODALITA' FORMATIVE PREVISTE	ORE per Modalita'	MODALITA' FORMATIVE EFFETTIVE	ORE per Modalita'	PARTECIPANTI	MOTIVAZIONI SCOSTAMENTO
<i>(specificare gli obiettivi all'interno delle Aree Tematiche)</i>	<i>(se è stata realizzata)</i>		(SI/NO)		PREVISTE		EFFETTIVE	DA PARTE DELLE AZIENDE BENEFICIARIE	<i>(da Formulario o da Progettazione di periodo, in caso di azione non presente nel Formulario)</i>						<i>(specificare: n. quadri, n. impiegati direttivi, n. impiegati tecnici, n. impiegati amministrativi, n. operai qualificati, n. operai generici, n. apprendisti)</i>	e/o altre OSSERVAZIONI
Sviluppare le competenze specifiche in ambito internazionale al fine di sapere cogliere le domande che provengono dai mercati esteri	1577971	Marketing internazionale del Made in Italy	SI	Marketing Vendite	40	Marketing Vendite	40	L'azienda Duococo sta lavorando, con l'ausilio di un esperto in marketing internazionale di sviluppare un metodo aziendale di export sia per nuovi paesi che per vendere meglio in paesi in cui si è già presenti	Marketing strategico e marketing internazionale - I fattori (economico, culturale, politico, legale) che influenzano il marketing internazionale - La comunicazione e la clientela internazionale, l'interculturalità - I principali elementi del piano di marketing internazionale: la strategia di prodotto e di prezzo, la pubblicità internazionale, i canali di distribuzione - Valutazione dell'attrattività dei paesi esteri: fonti di informazione e attività di ricerca, stima dell'impatto delle scelte di canale all'estero sulla competitività e redditività aziendale, sistemi di controllo della performance - Strumenti di social media e innovation marketing - Il valore del "Made in Italy", come comunicarlo	I fattori (economico, culturale, politico, legale) che influenzano il marketing internazionale - La comunicazione e la clientela internazionale, l'interculturalità - I principali elementi del piano di marketing internazionale: la strategia di prodotto e di prezzo, la pubblicità internazionale, i canali di distribuzione - Valutazione dell'attrattività dei paesi esteri: fonti di informazione e attività di ricerca, stima dell'impatto delle scelte di canale all'estero sulla competitività e redditività aziendale, sistemi di controllo della performance - Strumenti di social media e innovation marketing - Il valore del "Made in Italy", come comunicarlo	Aula; Action learning	Aula corsi interni: 24 Action learning: 16	Aula; Action learning	Aula corsi interni: 24 Action learning: 16	5 impiegati amministrativi	Nessuno scostamento.
Sviluppare le competenze specifiche in ambito internazionale al fine di sapere cogliere le domande che provengono dai mercati esteri	1577977	Marketing internazionale del Made in Italy	SI	Marketing Vendite	32	Marketing Vendite	32	L'azienda Zucchero & Co. sta lavorando, con l'ausilio di un esperto in marketing internazionale di sviluppare un metodo aziendale di export sia per nuovi paesi che per vendere meglio in paesi in cui si è già presenti	Marketing strategico e marketing internazionale - I fattori (economico, culturale, politico, legale) che influenzano il marketing internazionale - La comunicazione e la clientela internazionale, l'interculturalità - I principali elementi del piano di marketing internazionale: la strategia di prodotto e di prezzo, la pubblicità internazionale, i canali di distribuzione - Valutazione dell'attrattività dei paesi esteri: fonti di informazione e attività di ricerca, stima dell'impatto delle scelte di canale all'estero sulla competitività e redditività aziendale, sistemi di controllo della performance - Strumenti di social media e innovation marketing - Il valore del "Made in Italy", come comunicarlo	Marketing strategico e marketing internazionale - I fattori (economico, culturale, politico, legale) che influenzano il marketing internazionale - La comunicazione e la clientela internazionale, l'interculturalità - I principali elementi del piano di marketing internazionale: la strategia di prodotto e di prezzo, la pubblicità internazionale, i canali di distribuzione - Valutazione dell'attrattività dei paesi esteri: fonti di informazione e attività di ricerca, stima dell'impatto delle scelte di canale all'estero sulla competitività e redditività aziendale, sistemi di controllo della performance - Strumenti di social media e innovation marketing - Il valore del "Made in Italy", come comunicarlo	Aula; Action learning	Aula corsi interni: 24 Action learning: 8	Aula; Action learning	Aula corsi interni: 24 Action learning: 8	4 impiegati amministrativi; 1 operaio generico	Nessuno scostamento.
Sviluppare le competenze specifiche in ambito internazionale al fine di sapere cogliere le domande che provengono dai mercati esteri	1577987	Marketing internazionale del Made in Italy	SI	Marketing Vendite	16	Marketing Vendite	16	L'azienda Garbo Sugelati ha introdotto il gestionale Sugar CRM quale strumento finalizzato all'ottimizzazione del processo di gestione dei clienti	I fattori (economico, culturale, politico, legale) che influenzano il marketing internazionale - La comunicazione e la clientela internazionale, l'interculturalità - I principali elementi del piano di marketing internazionale: la strategia di prodotto e di prezzo, la pubblicità internazionale, i canali di distribuzione - Valutazione dell'attrattività dei paesi esteri: fonti di informazione e attività di ricerca, stima dell'impatto delle scelte di canale all'estero sulla competitività e redditività aziendale, sistemi di controllo della performance - Il valore del "Made in Italy", come comunicarlo	I fattori che influenzano il marketing internazionale - La comunicazione e la clientela internazionale, l'interculturalità	Aula	16	Aula	16	1 impiegato amministrativo; 2 operai generici; 4 operai qualificati	Nessuno scostamento.
Sviluppare le competenze specifiche in ambito internazionale al fine di sapere cogliere le domande che provengono dai mercati esteri	1577994	Web marketing e kit di promozione per l'export	SI	Marketing Vendite	32	Marketing Vendite	32	L'azienda Compagnia della Pasta sta migliorando la parte commerciale e di marketing export con l'implementazione di un sistema di web marketing attraverso i social media, utilizzando una piattaforma open source wordpress, con specifici plugin	Principali strumenti di social networking - Preparazione dei cataloghi, etichette, imballaggi, listini prezzi e lettere commerciali, specifiche tecniche, garanzie e documentazioni del prodotto - Potenziamento dell'immagine e del brand dell'azienda, analisi e benchmarking della concorrenza e progettazione di una campagna di marketing internazionale ad hoc: materiale per la promozione all'estero di fiere ed eventi, il follow- up dell'evento, la raccolta e la profilazione delle informazioni sui visitatori	Principali strumenti di social networking - Preparazione dei cataloghi, etichette, imballaggi, listini prezzi e lettere commerciali. Potenziamento dell'immagine e del brand dell'azienda - Analisi e benchmarking della concorrenza e progettazione di una campagna di marketing internazionale ad hoc - Materiale per la promozione all'estero di fiere ed eventi, il follow-up dell'evento, la raccolta e la profilazione delle informazioni sui visitatori	Aula corsi interni; Action learning	Aula corsi interni: 24 Action learning: 8	Aula corsi interni; Action learning	Aula corsi interni: 24 Action learning: 8	1 impiegato amministrativo; 2 operai generici; 1 operaio qualificato	Nessuno scostamento
Sviluppare le competenze specifiche in ambito internazionale al fine di sapere cogliere le domande che provengono dai mercati esteri	1629125	Tecniche del commercio internazionale	SI	Marketing Vendite	//	Marketing Vendite	8	Agrumaria Corleone sta revisionando i processi d'uso di alcuni impianti al fine di poterne aumentare la flessibilità e la velocità di adattamento a una maggiore produttività	//	Il rischio di credito e le problematiche contrattuali nella vendita internazionale - Gli incassi, i crediti documentari, le stand by letter of credit e le garanzie a richiesta Strumenti e modalità di gestione del rischio di credito nella vendita internazionale	Aula	Aula corsi interni: 8	Aula	Aula corsi interni: 8	4 impiegato amministrativo; 1 impiegato direttivo; 1 quadro	Nessuno Scostamento - Azione non prevista in progettazione esecutiva del piano

Il Referente del Piano

Gabriella Pilo

OBIETTIVI ED AREE TEMATICHE	ID Azione formative	DENOMINAZIONE AZIONE FORMATIVA DA FORMULARIO	AZIONE FORMATIVA REALIZZATA	TEMATICHE FORMATIVE PREVISTE	ORE per Tematica	TEMATICHE FORMATIVE EFFETTIVE	ORE per Tematica	PROGETTI / INIZIATIVE SULLA TEMATICA	PROGRAMMA DIDATTICO PREVISTO	PROGRAMMA DIDATTICO REALIZZATO	MODALITA' FORMATIVE PREVISTE	ORE per Modalità	MODALITA' FORMATIVE EFFETTIVE	ORE per Modalità	PARTICIPANTI	MOTIVAZIONI SCOSTAMENTO
(specificare gli obiettivi all'interno delle Aree Tematiche)	(se è stata realizzata)		(SI/NO)		PREVISTE		EFFETTIVE	DA PARTE DELLE AZIENDE BENEFICIARIE	(da Formulario o da Progettazione di periodo, in caso di azione non presente nel Formulario)						(specificare: n. quadri, n. impiegati direttivi, n. impiegati tecnici, n. impiegati amministrativi, n. operai qualificati, n. operai generici, n. apprendisti)	e/o altre OSSERVAZIONI
Sviluppare le competenze specifiche in ambito internazionale al fine di sapere cogliere le domande che provengono dai mercati esteri	1683629	Marketing internazionale del Made in Italy	SI	//	//	Marketing Vendite	40	L'azienda Max Delizie sta lavorando, con l'ausilio di un esperto in marketing internazionale di sviluppare un metodo aziendale di export sia per nuovi paesi che per vendere meglio in paesi in cui è già presente	//	Marketing strategico e marketing internazionale - I fattori (economico, culturale, politico, legale) che influenzano il marketing internazionale - La comunicazione e la clientela internazionale, l'interculturalità - I principali elementi del piano di marketing internazionale: la strategia di prodotto e di prezzo, la pubblicità internazionale, i canali di distribuzione - Valutazione dell'attrattività dei paesi esteri: fonti di informazione e attività di ricerca, stima dell'impatto delle scelte di canale all'estero sulla competitività e redditività aziendale, sistemi di controllo della performance - Strumenti di social media e innovation marketing - Il valore del "Made in Italy", come comunicarlo	Aula; Action learning	Aula corsi Interna: 32 Action learning: 8	Aula; Action learning	Aula corsi Interna: 32 Action learning: 8	2 impiegati amministrativi e tecnici, 3 operai qualificati;	Azione svolta da azienda già aderente al piano per rinuncia dell'azienda Morato Pane
Sviluppare le competenze specifiche in ambito internazionale al fine di sapere cogliere le domande che provengono dai mercati esteri	1577942	Unique per l'export	NO	Lingue	//	//	//	//	//	//	//	//	//	//	//	L'azienda Morato Pane al momento dell'approvazione del piano non si trovava nelle condizioni di poter svolgere le attività formative per le quali aveva aderito al piano presentato
Sviluppare le competenze specifiche in ambito internazionale al fine di sapere cogliere le domande che provengono dai mercati esteri	1577952	Marketing internazionale del Made in Italy	No	Marketing Vendite	//	//	//	//	//	//	//	//	//	//	//	L'azienda Siciliformaggi al momento dell'approvazione del piano non si trovava nelle condizioni di poter svolgere le attività formative per le quali aveva aderito al piano presentato

2.1 MODALITA' DI VERIFICA DELL'APPRENDIMENTO

AZIONI FORMATIVE (di durata superiore a 24 ore)		TEMATICHE FORMATIVE		MODALITA' DI VERIFICA DELL'APPRENDIMENTO	Partecipanti con verifica positiva	
ID	TITOLO AZIONE	TEMATICA	ORE	(Indicare una o più modalità: a) Test scritto b) Colloquio c) Prova pratica d) Altra, specificare	Numero Totale	% su partec. effettivi
1576177	Come contenere i rischi di produzione nell'azienda agroalimentare per mantenere le prestazioni del processo produttivo	Qualità	30	a) Test scritto	3	100
1576178	Come contenere i rischi di produzione nell'azienda agroalimentare per mantenere le prestazioni del processo produttivo	Qualità	30	a) Test scritto	3	100
1576180	Come contenere i rischi di produzione nell'azienda agroalimentare per mantenere le prestazioni del processo produttivo	Qualità	30	a) Test scritto	3	100
1576190	Come contenere i rischi di produzione nell'azienda agroalimentare per mantenere le prestazioni del processo produttivo	Qualità	32	a) Test scritto	4	100
1576192	Come contenere i rischi di produzione nell'azienda agroalimentare per mantenere le prestazioni del processo produttivo	Tecniche di produzione	30	a) Test scritto	3	100
1576198	La gestione della qualità nel processo produttivo	Tecniche di produzione	36	a) Test scritto	4	100
1576254	Uso efficiente dell'energia per la riduzione dei costi di produzione	Impatto Ambientale	24	a) Test scritto	2	100
1576257	CRM per la gestione delle relazioni con il cliente	Informatica	24	a) Test scritto	4	100
1576262	La tracciabilità e rintracciabilità di filiera informatizzata	Informatica	36	a) Test scritto	4	100
1576270	Reingegnerizzazione dei processi e ICT per l'azienda del settore agroalimentare	Gestione aziendale	64	a) Test scritto	4	100
1576274	Reingegnerizzazione dei processi e ICT per l'azienda del settore agroalimentare	Gestione aziendale	28	a) Test scritto	4	100
1576276	Reingegnerizzazione dei processi e ICT per l'azienda del settore agroalimentare	Gestione aziendale	28	a) Test scritto	4	100
1576280	Reingegnerizzazione dei processi e ICT per l'azienda del settore agroalimentare	Gestione aziendale	40	a) Test scritto	5	100
1576287	Reingegnerizzazione dei processi e ICT per l'azienda del settore agroalimentare	Gestione aziendale	32	a) Test scritto	4	100
1576295	Sistemi informativi ed informatici per la gestione d'impresa	Informatica	40	a) Test scritto	5	100
1576297	Sistemi informativi ed informatici per la gestione d'impresa	Informatica	40	a) Test scritto	5	100
1576301	Sistemi informativi ed informatici per la gestione d'impresa	Informatica	40	a) Test scritto	2	100
1576302	Sistemi informativi ed informatici per la gestione d'impresa	Informatica	40	a) Test scritto	3	100
1576338	Sistemi informativi ed informatici per la gestione d'impresa	Informatica	36	a) Test scritto	4	100
1576340	Sistemi informativi ed informatici per la gestione d'impresa	Informatica	24	a) Test scritto	2	100
1576353	Sistemi informativi ed informatici per la gestione d'impresa	Informatica	50	a) Test scritto	4	100
1576354	Sistemi informativi ed informatici per la gestione delle vendite	Informatica	50	a) Test scritto	6	100
1576355	Sistemi informativi ed informatici per la gestione delle vendite	Informatica	32	a) Test scritto	5	100
1576358	Certificazioni di prodotto - processo per l'export	Gestione aziendale	36	a) Test scritto	5	100
1577918	Certificazioni di prodotto - processo per l'export	Gestione aziendale	24	a) Test scritto	4	100
1577955	Marketing internazionale del Made in Italy	Marketing Vendite	40	a) Test scritto	5	100
1577956	Marketing internazionale del Made in Italy	Marketing Vendite	40	a) Test scritto	4	100
1577964	Marketing internazionale del Made in Italy	Marketing Vendite	40	a) Test scritto	5	100
1577971	Marketing internazionale del Made in Italy	Marketing Vendite	40	a) Test scritto	4	100
1577994	Web marketing e kit di promozione per l'export	Marketing Vendite	32	a) Test scritto	4	100
1683629	Marketing internazionale del Made in Italy	Marketing Vendite	40	a) Test scritto	5	100
1724810	Come contenere i rischi di produzione nell'azienda agroalimentare per mantenere le prestazioni del processo produttivo	Qualità	48	a) Test scritto	5	100
1767708	Reingegnerizzazione dei processi e ICT per l'azienda del settore agroalimentare	Gestione aziendale	40	a) Test scritto	5	100
Totale Azioni formative concluse con la verifica dell'apprendimento		Totale Ore:	1196	Motivazione dello Scostamento		
		% su Totale Ore Piano	73,6%			
		N. totale Azioni:	33			
Totale Azioni formative con verifica dell'apprendimento previste nel Piano		Totale Ore:	1196			
		% su Totale Ore Piano	60,4%			
		N. totale Azioni:	33			

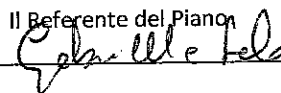
Il Referente del Piano

Enrico Red

2.2. MODALITA' DI CERTIFICAZIONE DELLE COMPETENZE

AZIONI FORMATIVE (di durata superiore a 24 ore)		TEMATICHE FORMATIVE		COMPETENZE CERTIFICATE	Partecipanti con Certificazione		MODALITA' DI CERTIFICAZIONE (specificare: "secondo normativa regionale" o "secondo condivisione Parti sociali". In quest'ultimo caso descrivere sinteticamente il percorso seguito)
ID	TITOLO AZIONE	TEMATICA	ORE	ELENCARE	Numero Totale	% su partic. effettivi	INDICARE POI LA CLASSIFICAZIONE SECONDO L'ELENCO: 1-Dispositivi di certificazione rilasciati dall'organismo realizzatore. 2- Dispositivi di certificazione regionali. 3-Acquisizione titoli riconosciuti (patentini conduzione caldaie, saldatori, ecc). 4-Certificazioni standard in materia di informatica e lingue straniere. 5-Acquisizione di crediti ECM o altri crediti previsti da Ordini Professionali.
1576193	La gestione della qualità nel processo produttivo	Tecniche di produzione	40	Monitorare la qualità del processo produttivo alimentare	5	100%	1-Dispositivi di certificazione rilasciati dall'organismo realizzatore
1576194	La gestione della qualità nel processo produttivo	Qualità	40	Monitorare la qualità del processo produttivo alimentare	5	100%	1-Dispositivi di certificazione rilasciati dall'organismo realizzatore
1576197	La gestione della qualità nel processo produttivo	Qualità	40	Monitorare la qualità del processo produttivo alimentare	5	100%	1-Dispositivi di certificazione rilasciati dall'organismo realizzatore
1576293	Sistemi informativi ed informatici per la gestione d'impresa	Informatica	24	Realizzare documenti con programmi di elaborazione testi Realizzare fogli di calcolo	6	100%	1-Dispositivi di certificazione rilasciati dall'organismo realizzatore
1576356	Certificazioni di prodotto - processo per l'export	Gestione aziendale	32	Organizzare un sistema di gestione per la qualità	5	100%	1-Dispositivi di certificazione rilasciati dall'organismo realizzatore
1577921	Lingue per l'export	Lingue	24	Comprendere una comunicazione in lingua straniera Gestire una comunicazione scritta/orale in lingua straniera	4	44%	1-Dispositivi di certificazione rilasciati dall'organismo realizzatore
1577924	Lingue per l'export	Lingue	24	Comprendere una comunicazione in lingua straniera Gestire una comunicazione scritta/orale in lingua straniera	4	50%	1-Dispositivi di certificazione rilasciati dall'organismo realizzatore
1577938	Lingue per l'export	Lingue	40	Comprendere una comunicazione in lingua straniera Gestire una comunicazione scritta/orale in lingua straniera	6	100%	1-Dispositivi di certificazione rilasciati dall'organismo realizzatore
1577943	Lingue per l'export	Lingue	40	Comprendere una comunicazione in lingua straniera Gestire una comunicazione scritta/orale in lingua straniera	6	100%	1-Dispositivi di certificazione rilasciati dall'organismo realizzatore
1577950	Marketing internazionale del Made in Italy	Marketing Vendite	32	Collaborare alla promozione del prodotto/servizio presso i mercati esteri	5	100%	1-Dispositivi di certificazione rilasciati dall'organismo realizzatore
1577977	Marketing internazionale del Made in Italy	Marketing Vendite	32	Pianificazione delle azioni commerciali	5	100%	1-Dispositivi di certificazione rilasciati dall'organismo realizzatore
Totale Azioni formative <u>concluse</u> con la verifica dell'apprendimento		Totale Ore:	368	Motivazione dello Scostamento			
		% su Totale Ore Piano	22,6%				
		N. totale Azioni:	11				
Totale Azioni formative con verifica dell'apprendimento <u>previste nel Piano</u>		Totale Ore:	368				
		% su Totale Ore Piano	22,6%				
		N. totale Azioni:	11				

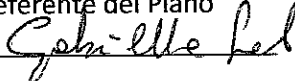
Il Referente del Piano



3. ATTIVITA' PREPARATORIE E DI ACCOMPAGNAMENTO

ATTIVITA'	ATTIVITA' PREVISTE (RIPORTATE NEL FORMULARIO)	ATTIVITA' REALIZZATE	MOTIVAZIONI SCOSTAMENTO
C.1.1 ANALISI DELLA DOMANDA	REALIZZATA IN SEDE DI PRESENTAZIONE DEL PIANO		
C.1.2 DIAGNOSI E RILEVAZIONE FABBISOGNI FORMATIVI, DEFINIZIONE COMPETENZE CRITICHE O EMERGENTI	Rilevazione dei fabbisogni formativi da effettuarsi sul 100% delle aziende beneficiarie del piano Report attività	N. 44 Rilevazione aziendali dei fabbisogni formativi pari al 100% delle aziende beneficiarie del piano Report attività	Nessuno scostamento
C.1.3 PREDISPOSIZIONE PROGRAMMI OPERATIVI PER LA FORMAZIONE	Piani formativi aziendali e Azioni formative di base predisposte per il 100% delle aziende beneficiarie del piano Report attività	N. 44 Piani formativi aziendali con progettazione di dettaglio di 1 azione formativa pari al 100% delle aziende beneficiarie del piano Report attività	Nessuno scostamento
C.1.4 PARTENARIATO CON ALTRI PIANI FORMATIVI	Verbali di Incontri di partenariato Report attività	N. 1 verbale di condivisione delle attività	Nessuno scostamento
C.1.5 DEFIZIONE METODOLOGIE E MODELLI DI FORMAZIONE CONTINUA	NON PREVISTA NEL PIANO		
C.1.6 ALTRE ATTIVITA' PROPEDEUTICHE E DI ACCOMPAGNAMENTO	NON PREVISTA NEL PIANO		

Il Referente del Piano



4. ATTIVITA' NON FORMATIVE

ATTIVITA'	ATTIVITA' PREVISTE (RIPORTATE NEL FORMULARIO)	ATTIVITA' REALIZZATE	MOTIVAZIONI SCOSTAMENTO
C.2.1 PROGETTAZIONE DELLE ATTIVITA' DEL PIANO	Progettazione esecutiva del programma di lavoro Progettazioni di dettaglio delle azioni formative, delle attività preparatorie/accompagnamento e delle attività non formative	N. 1 Progettazione esecutiva del programma di lavoro N. 7 Progettazioni di dettaglio delle azioni formative, delle attività preparatorie/accompagnamento e delle attività non formative N. 50 Azioni formative Progettate N. 44 Aziende coinvolte N. 9 Verbali del CPP	Inserimento di 2 azioni formative a sostituzione di 2 non svolte a seguito della rinuncia di 2 aziende beneficiarie del piano.
C.2.2 PROMOZIONE DELLE AZIONI E DELLE ATTIVITA' DEL PIANO	Creazione di un sito web dedicato alle attività del progetto - kit di promozione interna (Brochure, carpetta, copertine materiale didattico, materiale informativo) - kit di promozione esterna (presentazione di	Sito web dedicato alle attività del progetto - kit di promozione interna ed esterna promozione sul web	Nessuno scostamento
C.2.3 INDIVIDUAZIONE, SELEZIONE E ORIENTAMENTO DEI PARTECIPANTI	somministrazione sul campo un documento per la raccolta delle informazioni per la profilazione del partecipante e per la valutazione delle competenze in ingresso	somministrazione sul campo un documento per la raccolta delle informazioni per la profilazione del partecipante e per la valutazione delle competenze in ingresso	Nessuno scostamento
C.2.4 MONITORAGGIO E VALUTAZIONE	Relazioni intermedie di monitoraggio Rapporto finale di monitoraggio Documenti a supporto della certificazione delle competenze Test di valutazione apprendimento/customer satisfaction	N. 7 Relazioni intermedie di monitoraggio N. 1 Rapporto finale di monitoraggio Documenti a supporto della certificazione delle competenze Test di valutazione apprendimento/customer satisfaction	Nessuno scostamento
C.2.5 DIFFUSIONE E TRASFERIMENTO DEI RISULTATI	Evento finale di presentazione dei risultati Diffusione stampa e web Pubblicazione sintetica dei risultati del piano	Evento finale di presentazione dei risultati Diffusione stampa e web Pubblicazione sintetica dei risultati del piano	Nessuno scostamento
C.2.6 ALTRE ATTIVITA' NON FORMATIVE	Valutazione delle propensioni delle imprese al tema dell'innovazione attraverso la somministrazione di questionari di check-up di analisi	N. 28 Check-up N. 1 Report	Nessuno scostamento

DATA:

Il Referente del Piano
