

PIANO FORMATIVO cod_____ ¹

SVILUPPO TERRITORIALE

MEZZOGIORNO

TITOLO

"Piano formativo per il settore AGRO - ALIMENTARE nel territorio modenese"

REGIONE EMILIA ROMAGNA -

Di seguito si fornisce uno schema con le indicazioni di massima dei principali contenuti e caratteristiche cui le Parti Sociali possono attenersi nella predisposizione del Piano Formativo.

Il Piano Formativo sarà allegato al/i Progetto/i di Formazione presentati nell'ambito dello stesso Piano

CARATTERISTICHE DEL PIANO FORMATIVO

¹Da compilarsi a cura di FONDARTIGIANATO

ALLEGATO B

<p>Ambito di riferimento e tipologia dell'intervento</p>	<p><input type="checkbox"/> Aziendale <input type="checkbox"/> Interaziendale <input type="checkbox"/> Territoriale <input type="checkbox"/> Distrettuale <input type="checkbox"/> Filiera <input type="checkbox"/> Settoriale <input type="checkbox"/> Intersectoriale</p> <p><input type="checkbox"/> Individuale</p>
<p>Settore/i produttivo/i</p>	<p>AGRO - ALIMENTARE, con particolare riferimento ai comparti caratterizzati dalla presenza significativa di imprese artigiane e PMI:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Panificazione • Pasticceria • Lavorazione carni
<p>Territorio/i</p>	<p>Ambiti del territorio provinciale (distretti produttivi) in cui è localizzata in modo diffuso la presenza di imprese del settore agro – alimentare e dei comparti sopra indicati anche con connotazioni tipicamente legate al territorio e alla sua storia/tipicità.</p>
<p>Priorità Orientamenti Obiettivi specifici</p>	<p>Il Piano si pone come risposta alle molteplici innovazioni che richiedono di programmare e progettare una formazione continua rivolta alle figure professionali strategiche per il settore alimentare: è provato che una variabile competitiva determinante per il successo delle imprese è rappresentata dal livello di competenze interne e dal modo in cui queste vengono trasferite nell'agire quotidiano permeando le strategie e le azioni. Anche se il settore alimentare ha risentito in misura inferiore della crisi attuale rispetto ad altri settori sempre trainanti dell'economia nazionale e regionale, si è infatti consapevoli del fatto che occorra mantenere alti gli standard professionali all'interno delle imprese per poter sostenere e rispondere alle innovazioni ed ai mutamenti che il consumatore ed il mercato in generale richiedono e richiederanno per i prossimi anni. Dal lato del consumo, si sta assistendo infatti ad una marcata evoluzione dei modelli e delle tendenze di consumo alimentare causati dai rilevanti cambiamenti strutturali avvenuti nella società e che si ripercuotono sull'organizzazione delle imprese produttrici di prodotti alimentari. I fenomeni caratteristici di tale sviluppo sono di natura economica e di organizzazione sociale: le trasformazioni di reddito; la diffusione dell'orario di lavoro continuato; il maggior numero di donne presenti sul mercato del lavoro. Inoltre non bisogna dimenticare i fattori di natura demografica: la diminuzione del numero medio dei componenti per famiglia e del numero di figli; l'invecchiamento della popolazione; la crescita delle famiglie mono componenti (single o anziani soli). Tutti questi cambiamenti hanno portato a rilevanti modificazioni nei consumi alimentari sia nella struttura economica dei consumi, che nella modalità del consumo stesso. L'azienda produttrice deve dunque essere in grado di leggere, intercettare, interpretare tali cambiamenti e di rispondere adeguando i propri prodotti, prezzi e servizi. Sempre dal lato del modello di consumo, occorre tenere in considerazione il tema della sicurezza alimentare e della percezione che il consumatore ha dei rischi in tema di sicurezza sanitaria degli alimenti. Tale percezione è stata amplificata dalla crisi dell'agricoltura tradizionale e dalla complessità del sistema agro-alimentare e in un contesto simile, le aziende produttrici devono essere in grado di individuare strategie volte alla ricostruzione della fiducia che il consumatore ricerca con l'alimento e che spesso è rappresentata</p>

ALLEGATO B

dall'avvicinamento all'alimento naturale, che consiste nel riallacciare il legame dell'alimento con la natura. Quindi, la tutela dell'ambiente, il concetto del prodotto biologico, il rispetto della natura sono concetti che sempre più devono permeare l'organizzazione delle aziende del settore.

Cresce infatti l'attenzione al biologico. I prodotti biologici sono per il consumatore più sani e hanno un minore impatto ambientale. Il consumatore è oggi sempre più critico e coscienzioso e vuole capire cosa mette nel piatto; sceglie un consumo sostenibile e stili di vita responsabili verso le generazioni future e le risorse del pianeta. In Italia, come nella maggior parte dei Paesi europei, l'attenzione dei consumatori verso i prodotti da agricoltura biologica, sia freschi che trasformati, è cresciuta rapidamente negli ultimi anni. Sebbene il consumo abituale di prodotti biologici interessi appena il 5% dei consumatori italiani, circa un consumatore su tre ha acquistato almeno una volta un prodotto venduto con marchio biologico. Un riconoscimento dell'importanza del biologico è la sua presenza nel paniere Istat. È una conferma del cambiamento dello stile di vita nazionale proiettato sul vivere bene, ma anche un riconoscimento per l'agricoltura italiana che è leader nella produzione biologica in Europa.

Attenzione particolare deve inoltre essere posta all'aspetto commerciale distributivo e ai mutamenti che sta subendo la filiera distributiva che tende ad accorciarsi saltando alcuni passaggi della distribuzione tradizionale. La filiera corta infatti è un canale distributivo che sta acquisendo notevole interesse e per il quale ci si attende un progressivo sviluppo negli anni a venire, in quanto consente un'offerta moderna e personalizzata, con prezzi che sono interessanti, perché frutto di una gestione commerciale efficiente e in grado di contenere notevolmente i costi distributivi. Per il mercato locale e nazionale la promozione della filiera corta è di grande interesse e determina un maggior dinamismo all'interno dei mercati regionali. Ragionando invece sul mercato internazionale, data l'alta propensione del settore all'export e data la notorietà del Made in Italy anche nel settore alimentare, in un contesto socio-economico difficile, anche le richieste del consumatore sono focalizzate al "trading-down", cioè verso scelte di consumo giocate al ribasso, focalizzate su prodotti di qualità con prezzi più contenuti. Sulla base di questi cambiamenti comportamentali di acquisto e di consumo, si sta modificando anche la scala dei valori che motiva le scelte del consumatore, rivolte sempre più verso prodotti che offrono garanzie e un buon rapporto qualità - prezzo. Grazie a questo atteggiamento si assiste oggi ad un maggior consumo di prodotti tipici garantiti dai marchi di qualità europei che possono far valere una storia, un legame con il territorio ed in possesso di standard di qualità che altri prodotti non hanno.

Tra gli strumenti che le aziende devono adottare per potersi adeguare ai cambiamenti sopra esposti, la formazione assume un ruolo strategico soprattutto ai fini del riposizionamento che le aziende dovranno assumere.

Il presente Piano Formativo si pone in una logica di implementazione e di realizzazione di interventi formativi che:

- sostengono ed accompagnano la crescita personale e professionale dei lavoratori inseriti in contesti produttivi ed organizzativi e a diversi livelli di inquadramento,
- individuino iniziative a sostegno dell'innovazione delle imprese, con piani di formazione aziendale e

ALLEGATO B

interaziendale di carattere settoriale, con iniziative di sviluppo organizzativo, con la formazione manageriale dei quadri posizionati a livelli intermedi,

- sostengano le imprese nella fase di fronteggiamento della crisi attraverso la riqualificazione del personale in maggiori difficoltà a causa del titolo di studio posseduto, dell'esperienza lavorativa o dell'età,
- sostengano le imprese nella definizione di strategie innovative che rispondano alle mutate esigenze dei mercati e dei consumatori.

Il Piano Formativo ha sia carattere preventivo che curativo ed intende rispondere a:

- dinamiche esogene: l'evoluzione dei fattori produttivi, normativi e di mercato rispetto ai quali le imprese del settore sono sollecitate a rendere coerente il proprio sistema di competenze professionali;
- esigenze endogene di qualificazione dei modelli produttivi e di servizio, legate alla transizione da logiche funzionali a logiche di processo, in cui prevalgono le esigenze di coordinamento e di integrazione fra le risorse umane e tra le aziende.
- dinamiche di soluzione di crisi aziendali che richiedono la riqualificazione di personale e la diffusione di nuove competenze e conoscenze.

Le esigenze rilevate nel Piano attengono principalmente ai macroprocessi gestionale - organizzativo e tecnico - produttivo, in particolare gli interventi devono favorire e accompagnare le dinamiche dei processi di commercializzazione, distribuzione, internazionalizzazione e di innovazione di prodotti e processi produttivi in un'ottica di maggior rispetto alla natura, all'ambiente ed alla provenienza e controllo dell'origine della materia prima.

Gli obiettivi specifici enunciati nel Piano in sintesi attengono a:

- Sostenere la cultura della formazione continua nelle imprese del settore alimentare quale strumento a sostegno dei processi di innovazione in risposta ai cambiamenti in atto (cambiamenti nei consumi, nella tipologia di lavorazioni e di impianti/processi rispettosi di ambiente, natura, ecc.).
- Valorizzare le risorse umane per rafforzare il sistema delle competenze individuali presenti nel settore, stimolando tra i destinatari degli interventi di formazione una visione proattiva e partecipata dell'organizzazione e gestione dei processi innovativi.
- Rafforzare la capacità competitiva delle singole aziende dei settori di riferimento, velocizzando la capacità di reazione e di adeguamento ai cambiamenti.
- Stimolare e sostenere forme di collaborazione settoriale tra aziende, strutture formative ed associazioni di rappresentanza per lo sviluppo delle risorse umane, per l'occupabilità, per lo sviluppo economico e produttivo delle imprese del settore nei diversi territori di riferimento.

Gli obiettivi trasversali perseguiti nel Piano Formativo attengono:

- all'attuazione diffusa del complesso delle norme in materia di sicurezza e salute nei luoghi di lavoro, al di là degli obblighi formativi imposti dalle norme ed in una logica di "miglioramento";
 - al rispetto del principio di pari opportunità;
- all'attuazione del complesso delle norme in materia di tutela ambientale.

ALLEGATO B

Finalità	<input checked="" type="checkbox"/> Competitività di Sistema <input checked="" type="checkbox"/> Sviluppo Locale <input checked="" type="checkbox"/> Competitività di impresa <input checked="" type="checkbox"/> Qualità prodotto/processo <input checked="" type="checkbox"/> Innovazioni
Validità e durata Piano	a valere su una specifica scadenza dell'Invito:..... a valere sull'insieme delle scadenze dell'Invito:
Eventuale Interazione/Integrazione con altri interventi di formazione ed altre fonti di finanziamento	<p><i>ACCORDI DI PROGRAMMA E/O PROGRAMMAZIONE INTEGRATA TRA PARTI SOCIALI E ISTITUZIONI OVVERO SOGGETTI PUBBLICI E/O PRIVATI REGIONALI E/O PROVINCIALI:</i> (Descrivere brevemente le caratteristiche della integrazione degli interventi)</p>
Risorse necessarie per gli interventi previsti	(specificando eventuali fonti di finanziamento diverse dal Fondo) Euro

ALLEGATO B

Descrizione contesto e sua evoluzione

ALLEGATO B

Sociale Economico Produttivo	<p>L'Industria Alimentare italiana ha attraversato un 2008 difficile e sta vivendo un 2009 all'insegna della crisi economica che ha determinato il rallentamento dei consumi e della produzione. La crescita dell'export, pari al 10% nel 2008 rispetto al 2007 ha tuttavia attutito, anche se parzialmente, l'effetto della crisi. Nonostante le difficoltà dovute alla congiuntura internazionale, <u>l'industria alimentare si conferma il secondo settore produttivo del Paese</u> con un fatturato 2008 pari a 120 miliardi di euro dei quali l'export, a quota 20 miliardi di euro, rappresenta il 16,7%, con una crescita in valore di quasi il 10% sul 2007.</p> <p>E' dunque importante sottolineare la capacità di espansione commerciale: i tassi di crescita nell'ultimo decennio sono oscillati costantemente, in valuta, tra il +6% e il +8%. Così, sull'arco 2000-2008, le esportazioni del settore alimentare sono aumentate complessivamente del +60% in valuta, contro il +41% dell'export totale nazionale. Analizzando i vari dati si evince che il settore alimentare è stato colpito dalla crisi, ma con dinamiche meno pesanti rispetto ad altri settori. Lo confermano anche i dati di produzione nel primo trimestre del 2009: a fronte di un crollo del settore industriale nel suo complesso (-21%), l'industria alimentare ha segnato una flessione molto più contenuta del -4%.</p> <p>Per quanto riguarda l'andamento economico di <u>Modena</u>, nel primo trimestre 2009 il valore delle esportazioni ha registrato una flessione rilevante: -21,4% rispetto allo stesso periodo del 2008, anche se leggermente meno pesante della media nazionale -22,8% e regionale -23%. Per quanto riguarda l'analisi a livello settoriale, i dati Istat dall'inizio del 2009, le vendite estere del settore manifatturiero, nel primo trimestre dell'anno, segnano complessivamente un -21,1% sempre rispetto al periodo gennaio-marzo dell'anno scorso. Per quanto riguarda le principali divisioni del settore manifatturiero si registrano forti diminuzioni in tutti i comparti con performance assolutamente migliore nei <i>Prodotti alimentari, bevande e tabacco</i> che, pur in flessione, segnano un -0,4 %. La produzione ed il fatturato del <u>settore alimentare modenese</u> nel 1° trimestre 2009 hanno registrato un calo del -6,3% rispetto al trimestre precedente, gli ordini sia Italia che estero hanno subito un calo di circa il -2% ciascuno. Malgrado il segno meno, è uno dei comparti che pare difendersi meglio dalla pessima congiuntura economica.</p> <p>L'industria alimentare modenese si caratterizza per l'elevata specializzazione nel comparto delle carni e dei prodotti a base di carne nel quale Modena rappresenta la prima provincia italiana per valore delle importazioni e delle esportazioni nazionali. Il comparto carni e salumi, inoltre, concentra oltre la metà degli occupati "stabili". A livello di fatturato vi sono differenze rilevanti, con un andamento non positivo dei comparti lattiero - caseario, lavorazione granaglie e vino. Le crescite più significative sono state, invece, registrate dai comparti aceto, prodotti da forno e salumi.</p> <p>Per quanto riguarda il <u>comparto lavorazione carni</u> il settore mostra una sostanziale tenuta. L'attivo commerciale del settore ha registrato un ulteriore, anche se leggero miglioramento, passando da 679 a 682 milioni di euro (+0,5%). In questa situazione di crisi economica, i prodotti modenesi, con la loro distintività qualitativa rispetto ai concorrenti internazionali, mantengono il loro appeal presso i consumatori italiani e internazionali. Questa specificità della salumeria è uno degli elementi che lega Modena strettamente all'immagine del made in Italy alimentare, Made in Italy che si identifica nel "saper fare" dei produttori: ovvero nella "ricetta", nelle tecnologie e nella cultura della qualità, ivi compresa la scelta della materia prima, a prescindere dalla sua origine.</p>
------------------------------------	---

ALLEGATO B

	<p>L'evoluzione del sistema agroalimentare è fortemente influenzata dall'evoluzione del comportamento del consumatore rispetto al prodotto. Negli ultimi decenni ed ancora più in questo ultimo anno anche in seguito agli effetti della crisi ed alla riduzione delle disponibilità economiche, i consumatori si sono dimostrati più attenti alle scelte ed alla valutazione dei singoli prodotti e più sensibili non solo alla natura dei prodotti offerti, ma anche ai servizi ad essi collegati quali la maggiore facilità e rapidità di utilizzo, la più agevole conservazione, la garanzia di qualità, tipicità e certificazione di origine. Tale evoluzione comportamentale da parte del consumatore sta richiedendo uno sforzo enorme per le aziende del settore agroalimentare: l'obiettivo è quello di ridisegnare l'ambiente competitivo e di riscrivere le relazioni con gli attori della filiera. In particolare i cambiamenti sono orientati ad una maggiore attenzione verso le esigenze del consumatore a tutti gli stadi della filiera e ad un'evoluzione verso l'utilizzo di nuove tecnologie dell'informazione. Per supportare le nuove esigenze dei consumatori è necessario che le imprese agroalimentari ristrutturino il loro modo di interagire convertendosi a logiche di maggiore condivisione della conoscenza al fine di rafforzare le relazioni tra produttori, fornitori e distributori; superare i limiti geografici di tempo e di piattaforma; razionalizzare la logistica; favorire il pieno sfruttamento delle opportunità derivanti dalla globalizzazione dei mercati di nicchia; enfatizzare il valore delle informazioni, resa disponibile dagli strumenti ICT, per fornire servizi a valore aggiunto legati alla rintracciabilità del prodotto ed alla sua tipicità.</p>
Mercato	<p>Le recenti crisi dovute al pericolo BSE, afta epizootica, aviaria, febbre suina hanno portato i consumatori a una maggiore attenzione nell'acquisto di alimenti, prediligendo quelli con garanzia di provenienza e di qualità. Anche per la carne, alimento da sempre presente nella nostra dieta quale apportatrice di elementi nutritivi essenziali, il consumatore finale è diventato molto esigente, richiedendo un tipo di carne salutare e sicura, preferendo la produzione nazionale e locale. La qualità della carne dipende, come per tutti gli alimenti, da una serie di fattori concatenati fra loro, il peso dell'uno rispetto all'altro determina le scelte del consumatore. In passato, infatti, chi comprava dava importanza solo ad alcuni di questi fattori nella scelta all'acquisto, come ad esempio il colore e l'odore della carne, che sono rimasti, pur sempre, ancora oggi, i maggiori indici di freschezza e qualità, che incidono prevalentemente sulle scelte dei consumatori. Negli ultimi anni invece, altre qualità, come quella salutistica (carni magre, preferenze di carni bianche vs rosse, ecc), o quella a garanzia della provenienza (possibilità di leggere etichette informative o di acquistare carni con marchio) hanno avuto sempre più peso nelle scelte del consumatore. Qui accanto alla qualità igienico/sanitaria, legale, organolettica, chimico-nutrizionale e di origine, si può parlare anche di una qualità commerciale, riferendosi ai diversi tagli, e/o di una qualità tecnologica, riguardo alla modalità di presentazione del prodotto (sottovuoto, panatura, ecc) e così via. Sono questi gli aspetti innovativi che le aziende del settore devono imparare a decifrare, analizzare, studiare e utilizzare per predisporre prodotti rispondenti alle esigenze nuove dei consumatori.</p>

ALLEGATO B

Descrizione processi e loro evoluzione	
Lavorativi	<p>Il piano prende a riferimento i comparti del settore alimentare maggiormente diffusi nel territorio modenese e caratterizzati da un folta presenza di PMI: il comparto dei panifici, dei pastifici e della lavorazione delle carni. Le aziende di questi comparti hanno un ruolo assai diverso all'interno della filiera produttiva, sia in termini di prodotti, che di mercati di sbocco e di tipi di clientela, pur presentando le stesse problematiche in termini di qualità, sicurezza, innovazione. I <u>panifici</u> ed i <u>pastifici</u> svolgono una attività quasi al confine tra la produzione ed il commercio, quindi i processi lavorativi caratteristici sono a volte quelli del commercio, ma contemporaneamente anche quelli della produzione e specificamente della produzione artigianale. Si tratta generalmente di imprese che producono per vendere anche direttamente al consumatore finale in un proprio negozio contiguo al laboratorio di produzione. Il loro mercato è quasi esclusivamente locale e regionale.</p> <p>Le aziende del comparto <u>lavorazione carni</u> sono invece mediamente più grandi in termini di dimensioni, operano generalmente su scala industriale e vendono i propri prodotti alla distribuzione o ad altre imprese del settore alimentare. Queste imprese, pur essendo artigiane, presentano una struttura organizzativa simile a quella della piccola e media impresa, operano su mercati più ampi e affrontano maggiormente i problemi di concorrenza e di competitività. Il loro mercato è più articolato e diversificato e, in alcuni casi, anche estero.</p> <p>In tutti questi comparti, il lavoro dei titolari e dei soci rappresenta una quota molto importante dell'occupazione e, nell'occupazione dipendente prevale la componente operaia; la presenza di impiegati e quadri intermedi è maggiore nelle aziende di dimensioni più ampie e di tipo manifatturiero. In questi comparti proprio i processi lavorativi sono il punto di maggior attenzione nella definizione di interventi formativi. E' infatti fondamentale operare sul miglioramento dei processi lavorativi per fornire alla clientela prodotti che rispondano ai massimi requisiti di qualità e sicurezza.</p> <p>Per la lavorazione delle carni tutti i processi lavorativi devono essere improntati al rispetto della Qualità di origine, riferita alla documentazione che accompagna una derrata durante tutto il percorso nella filiera produttiva. Pertanto questo tipo di qualità si riferisce all'etichettatura e alle varie certificazioni di prodotto, che permettono di percorrere da monte a valle, e viceversa, tutta la filiera della carne (tracciabilità e rintracciabilità). Ancora è fondamentale la Qualità Organolettica che si riferisce al colore, alla tenerezza, alla succosità, all'odore e all'aroma. Ancora i processi lavorativi devono essere definiti, controllati e gestiti in funzione della Qualità chimico/nutrizionale e igienico/sanitaria, della Qualità legale che è quella garantita dal rispetto delle leggi che disciplinano il settore alimentare in generale.</p>

ALLEGATO B

Organizzativi	<p>L'organizzazione caratteristica delle aziende del settore alimentare si differenzia in base alla tipologia di prodotto trattato, ma in linea di massima, la struttura è suddivisa nelle seguenti aree:</p> <ul style="list-style-type: none">➤ Qualità, Sicurezza, HACCP, Ambiente: con l'aumentare delle dimensioni delle aziende, le 4 aree sono distinte e ripartite su persone diverse. All'interno delle singole aree esistono spesso persone adibite al monitoraggio e controllo dei vari aspetti , fenomeni ed indici inerenti ad esempio HACCP, qualità o ambiente;➤ Produzione/Lavorazione, che può comprendere a seconda della tipologia di prodotto, il reparto insacchi, impasto, prodotti cotti, precotti ecc. ;➤ Manutenzione impianti ed attrezzature;➤ Confezionamento;➤ Acquisti materie prime;➤ Arrivo e spedizione merci. <p>Oltre ovviamente alle aree amministrazione, commerciale e progettazione e ricerca che spesso sono in capo ai titolari.</p> <p>Sul piano organizzativo le aziende del settore hanno da sempre dovuto investire moltissimo per adeguare impianti e attrezzature, oltre che modalità produttive alle diverse norme imposte dalle varie autorità che a vario titolo regolamentano il settore ed i comparti. La complessità organizzativa è da ricondurre in gran parte al rispetto dei sistemi qualità, sicurezza, autocontrollo .</p> <p>I comparti trattati sono soggetti ad una forte stagionalità da ricondurre in modo prioritario ai periodi di feste natalizie che portano dunque picchi di lavoro a partire dai mesi estivi fino all'inizio dell'anno. Spesso le lavorazioni avvengono su 2 turni giornalieri.</p>
Innovazione	<p>Nel settore dell'industria alimentare, i moderni ed innovati standard di qualità sono un punto di partenza, il prerequisito per essere presenti sul mercato; non sono però sufficienti per essere competitivi e per garantire sviluppo alle aziende. Le aziende infatti devono essere in grado di identificare le esigenze e i desideri e di concepire prodotti e processi di lavorazione prima dei loro <i>competitors</i>. I produttori alimentari sono spesso convinti dell'intrinseca qualità dei loro prodotti; molti ritengono che l'alimento debba rimanere sempre uguale e che sono richiesti solo dei minimi cambiamenti. Questo atteggiamento rischia di confinare molti produttori in un circolo di conservatorismo. Esiste una chiara distinzione tra le moderne aziende aggressive e i produttori tradizionali il cui concetto di "fare cibo" si basa sulla continuità con il passato; non sorprende che il primo gruppo stia prendendo il sopravvento. E' chiaro che l'Industria alimentare è largamente sostenuta dalle Piccole</p>

ALLEGATO B

	<p>e Medie Imprese e questo spiega in parte le relative difficoltà nell'avvio di attività di ricerca e innovazione. Proprio la caratteristica dimensionale delle aziende del settore, rende più fattibile ed agibile il reindirizzamento, grazie alla flessibilità nei momenti di cambiamento.</p>
Mercato	<p>Per ragionare del mercato dei prodotti agroalimentari a basso volume di produzione, definibili artigianali di alta qualità, occorre ricordare la struttura aziendale di piccole dimensioni che contraddistingue il settore. Le PMI rappresentano la ricchezza di un paese come l'Italia che vive della sua tradizione soprattutto eno - gastronomica. Per questo tipo di imprese i maggiori problemi sono riconducibili alla crescita ed alla competitività e l'opportunità di poter accedere a mercati esteri potenzialmente redditizi si trasforma talvolta in un muro insormontabile rappresentato dall'organizzazione aziendale. L'impiego e la ricerca di risorse umane qualificate atte a superare queste barriere all'entrata dei mercati esteri risulta a volte inadeguata. Inevitabilmente nel prossimo futuro l'internazionalizzazione non sarà solo rappresentativa di un'eccellenza di alcune piccole e medie imprese, ma diverrà un presupposto imprescindibile per restare sul mercato.</p> <p>I salumifici hanno affinato le loro strategie, che in alcuni casi sono sfociate nella monoproduzione o nella specializzazione su panieri limitati di prodotti. Una strategia siffatta non è in antitesi con la necessità, dal punto di vista commerciale, di essere presenti sul mercato con un'ampia gamma di prodotti. Infatti, i salumifici di maggiori dimensioni e che vantano un marchio sufficientemente noto ai consumatori sono soliti commissionare i prodotti secondari ad altre imprese, generalmente monoprodotti, che li producono con la ricetta e tutti gli elementi accessori (packaging, imballo, confezione) del salumificio committente.</p> <p>Una delle caratteristiche delle PMI alimentari del territorio modenese è la capacità di rimanere radicati nel territorio di nascita e di vocazione. In senso lato si tratta di prodotti della terra, che dalla terra ricavano non solo la propria consistenza materiale, ma anche il proprio valore immateriale. Nell'era della globalizzazione le specialità italiane sono regionali quando non comunali e la valorizzazione del Made in Italy è strategica per lo sviluppo e la crescita del mercato di riferimento. In questo radicamento territoriale c'è il motivo del successo e la principale possibilità di difesa: il successo che deriva dalla capacità di imporre sui mercati globali il gusto del locale e la difesa da ogni possibile imitazione sapendone conservare i tratti originali.</p>

Descrizione tecnologie e prodotto/i e loro innovazione

ALLEGATO B

Tecnologie	<p>La qualità del cibo e la sua produzione insieme con la sicurezza alimentare sono le priorità assolute delle industrie alimentari. Esse esprimono le centrali preoccupazioni verso aspetti che sono vitali alla relazione con il consumatore e alla credibilità dell'industria. Un alimento non sicuro e di povera qualità è l'ultima cosa che un'azienda può permettersi. Anche le nuove tecnologie vengono dunque ragionate/inserite/studiate in funzione di tale concetto. A questo punto può essere interessante vedere che cosa la gente (oltre alle industrie) pensa in relazione al significato generale di "tecnologia" e "miglioramento tecnologico". La Salute è il punto cruciale del settore. Il suo significato deve essere correlato ad una importante dinamica quella del "novel and health oriented food", che è ancora un segmento minore dell'intera produzione alimentare, ma che ha un ruolo dominante nella definizione dei nuovi modelli tecnologici. Questo tema è di assoluta importanza per l'innovazione, ma ancora non riguarda molte aziende alimentari ed è su questo filone di innovazione tecnologiche che anche le PMI dovranno muoversi nei prossimi anni. Tutti gli altri temi che rilevano per la popolazione quando si parla di industria alimentare, sono relazionati alle suddette priorità. Produzione alimentare sostenibile e trasferimento della comunicazione, e trasferimento tecnologico mostrano una importanza relativamente alta. Sono legate alle azioni per supportare il nucleo dei soggetti della futura ricerca alimentare. Il primo è più tecnicamente orientato mentre il secondo ha a che fare con la struttura organizzativa e con le politiche di sostegno all'innovazione.</p> <p>Si registra tuttavia in questo periodo di crisi una contrazione degli investimenti in impianti e nuove tecnologie, e ciò evidenzia una politica volta alla ricerca di crescenti valori di produttività per i singoli impianti. Si registra però un forte orientamento al rispetto dell'ambiente circostante con un impatto elevato sul livello della tecnologia e degli impianti utilizzati. Tale fenomeno è dovuto anche al fatto che a livello pubblico stato avviato un sistema premiante per le aziende che attuano innovazioni tecnologiche e miglioramenti nei propri sistemi depurativi o di recupero e risparmio dell'energia, o che dimostrino di ridurre le emissioni in atmosfera.</p>
Prodotto/i	<p>Il sistema agroalimentare modenese poggia su importanti tradizioni. I prodotti artigianali delle aziende appartenenti ai comparti trattati dal piano hanno ottenuto il "collaudo della storia" giacché vengono ottenuti secondo tecniche che si perpetuano nel tempo. E' un sistema produttivo in grado di generare una straordinaria differenziazione di prodotto che resiste alla tendenza del mercato che spinge verso la standardizzazione e globalizzazione dei consumi.</p> <p>L'alta qualità dei prodotti e la loro forte differenziazione richiede però alti costi di produzione, un processo produttivo, spesso non in linea con i costi di mercato e fortemente condizionato dalla disponibilità di materia prima e dal costo della manodopera. Il problema si pone dunque nei seguenti termini: come mantenere la forza della tradizione e della differenziazione del nostro sistema mantenendo le posizioni sul mercato domestico e competendo efficacemente su quello internazionale?</p> <p>Da questo punto di vista la componente qualitativa della certificazione e il rispetto delle norme sanitarie appaiono, se comunicate al consumatore e da questo percepite, una delle chiavi di successo dell'impresa agroalimentare artigianale. Ciascun consumatore insegue il sogno di una alimentazione sana, di prodotti</p>

ALLEGATO B

	<p>naturali e di processi tradizionali che garantiscano la salute. La tradizione alimentare, le normative sanitarie fra le più severe del mondo, le procedure di certificazione, i sistemi di tracciabilità e l'adozione di rigidi disciplinari, possono costituire l'elemento distintivo dei prodotti agroalimentari artigianali tipici.</p> <p>Affinché questo vantaggio competitivo si affermi, è necessario che si realizzi un forte processo di modernizzazione del sistema produttivo delle piccole imprese. Tale processo prevede lo sviluppo di adeguate tecniche e politiche di vendita (marketing), di importanti intese interaziendali per l'aggregazione dell'offerta e la riduzione di costi, specie sul terreno della logistica e dei servizi all'impresa, un processo di generalizzazione delle conoscenze e dei saperi superando antiche rivalità e individualismi che rischiano di lasciare il settore ai margini del mercato.</p>
--	---

Descrizione fabbisogni formativi

ALLEGATO B

Descrizione fabbisogni formativi	
Relazionali	<p>La caratteristica principale dell'economia della conoscenza è rappresentata dalle trasformazioni dei processi lavorativi, che tendono sempre più ad essere caratterizzati da contenuti di conoscenza in continua evoluzione, da aspetti relazionali, di creatività e di iniziativa personale; tutte componenti determinanti di quello che possiamo definire il nuovo "lavoro di qualità". Sono, questi, gli aspetti intangibili legati alle qualità personali, al bagaglio di conoscenze e competenze condivise, al capitale umano, all'insieme delle relazioni di coloro che a vario titolo sono coinvolti nel processo lavorativo, cioè all'insieme del "sapere essere" e del "sapere fare" delle persone. Il punto di forza delle attività artigianali è sicuramente legato alla notevole conoscenza tecnica, all'elevato grado di specializzazione, all'alta qualità produttiva raggiunta, alla possibilità di adattarsi prontamente alle richieste dei singoli clienti. Tuttavia, nell'attuale contesto dell'economia globalizzata della conoscenza, questo modello è minato <u>dalla consuetudine al lavoro isolato, con scarsa propensione alla comunicazione</u>, alla collaborazione e condivisione tra le maestranze e gli addetti al settore, con scarse relazioni con i propri clienti e conoscenze poco strutturate delle loro richieste e soddisfazioni. In questo quadro, le competenze relazionali sono quelle che è necessario mettere in campo per migliorare e moltiplicare i flussi di comunicazione a fini produttivi. Flussi interni - che presuppongono la gestione dei processi comunicativi all'interno dell'organizzazione - ed esterni, che presuppongono tutta la fitta rete di relazioni che si viene a costituire con clienti, fornitori, istituzioni, concorrenti, consulenti, servizi e attori coinvolti nella gestione del più ampio sistema produttivo di riferimento. Lo sviluppo di competenze relazionali aiuta a raggiungere una maggiore e migliore efficacia nella capacità di comunicare, evitando tutte quelle difficoltà in azienda derivanti da una cattiva comunicazione e da una inadeguata relazione.</p> <p>I fabbisogni formativi di natura relazionale individuati dal Piano Formativo sono:</p> <ul style="list-style-type: none">• acquisire strumenti e tecniche comunicative per la gestione delle relazioni con il cliente, per rafforzare la persona e l'azienda nell'esprimere un efficace orientamento verso la clientela;• acquisire competenze linguistiche e alfabetico - funzionali per la comunicazione interpersonale declinata sulle diverse situazioni comunicative occorrenti nella relazione lavorativa con clienti esterni e interni;• potenziare capacità di gestione e sviluppo delle risorse umane, per coloro che hanno la responsabilità di altre persone, (come i responsabili di produzione) fornendo strumenti necessari per valorizzare e motivare i propri collaboratori ;• sviluppare una squadra di lavoro, che, come gruppo motivato, sia in grado di condividere obiettivi e risultati;• potenziare le capacità comunicative del gruppo di lavoro delle singole organizzazioni aziendali anche tenendo conto delle diversità di lingua.

ALLEGATO B

Descrizione fabbisogni formativi	
Di processo	<p>Il punto di forza delle attività artigianali è sicuramente legato alla notevole conoscenza tecnica, all'elevato grado di specializzazione e all'alta qualità produttiva raggiunta. Tuttavia, nell'attuale contesto dell'economia globalizzata della conoscenza, questo modello è minato dalla consuetudine del lavoro isolato, con scarsa (spesso inesistente) volontà di confronto, di collaborazione e condivisione, e altrettanto scarsa predisposizione al controllo organizzativo delle proprie strutture, all'aspetto economico-finanziario delle proprie commesse, alla conoscenza dei propri clienti e allo studio attento delle loro richieste e soddisfazioni. Per l'attivazione di un reale processo di miglioramento sono necessari, innanzitutto, il riconoscimento e la presa di coscienza di questa situazione e la conseguente disponibilità al cambiamento. Il fabbisogno emerso indica la necessità di un maggior approfondimento delle cosiddette competenze trasversali, degli aspetti relazionali e comunicativi, nonché delle regole e delle dinamiche dell'organizzazione aziendale. Sulla base di quanto riportato è possibile descrivere e distinguere in macroaree i diversi ambiti di attività distintivi del settore. Le due macroaree principali sono: Supporto alla gestione e Supporto alla produzione. Questi due ambiti generali definiscono in maniera teorica i macroprocessi operativi, sulla base dei quali leggere e interpretare i fabbisogni e la domanda formativa del settore di riferimento e dunque dell'azienda coinvolta nel Piano. Di conseguenza, i due ambiti generali in base ai quali saranno organizzati e pianificati gli interventi di formazione sono, innanzitutto: il macroprocesso gestionale – organizzativo e il macroprocesso tecnico – produttivo.</p> <p>I fabbisogni formativi inerenti i processi gestionale – organizzativo e tecnico - produttivo sono:</p> <ul style="list-style-type: none">• accrescere le competenze degli addetti all'area amministrativa e controllo delle imprese del settore al fine di fornire strumenti per la definizione ed il monitoraggio dei prezzi del prodotto e servizio;• accrescere le competenze per una corretta e puntuale pianificazione finanziaria;• accrescere le competenze relative alla gestione commerciale ed alla funzione marketing per la ricerca e l'acquisizione di nuovi mercati e di nuovi target di clienti;• accrescere le competenze dei lavoratori delle aree acquisti;• sviluppare competenze informatiche e <i>ICT advanced</i> nonché competenze gestionali relative all'esecuzione codificata di procedure stabilite per la gestione e all'utilizzo dei sistemi di comunicazione e gestione dati interni alla realtà aziendale;• accrescere le competenze dei responsabili e dei tecnici addetti alla ricerca e sviluppo di nuovi prodotti e nuove caratteristiche intrinseche ai prodotti stessi;• potenziare le competenze dei tecnici addetti alla gestione logistica dei prodotti e allo stoccaggio dei prodotti finiti;• potenziare le conoscenze sulla sicurezza nel luogo di lavoro e la capacità della valutazione dei rischi legati al corretto utilizzo delle macchine e delle attrezzature in tutte le fasi del processo produttivo;• potenziare le competenze tecniche che consentano l'applicazione di procedure e tecnologie e processi rispettosi dell'ambiente e ecosostenibili.

ALLEGATO B

Descrizione fabbisogni formativi	
(altro)	

ALLEGATO B

Descrizione processi di apprendimento	
Metodologie	<p>In coerenza con i principi dell'apprendimento dell'adulto, accanto alla tradizionale metodologia d'aula frontale, dovranno essere adottate metodologie attive (laboratorio didattico per le esercitazioni, esercitazioni in <i>role playing</i>, <i>case study</i>, simulazioni) allo scopo di conseguire i seguenti risultati:</p> <ul style="list-style-type: none">- valorizzazione dell'esperienza professionale formale ed informale del partecipante attraverso l'integrazione dell'apprendimento nel campo conoscitivo ed esperienziale precedente;- coinvolgimento del discente nel processo e negli esiti dell'apprendimento;- riduzione della dissonanza cognitiva rispetto ai nuovi strumenti e tecnologie o alle nuove procedure cui si riferisce la formazione attraverso la contestualizzazione e declinazione degli obiettivi di apprendimento al sistema di attività effettivamente agito in ambito lavorativo. <p>Pertanto l'apprendimento della capacità relazionale - negoziale dovrà essere favorito attraverso simulazioni ed esercitazioni, le tematiche dovranno essere trattate con l'ausilio di filmati e materiale audiovisivo al fine di aumentare l'impatto dei contenuti proposti e di favorire nei partecipanti comportamenti consapevoli ed attivi sul proprio stili relazionali.</p> <p>L'attività dovrà essere strutturata con verifiche continue sul grado di comprensione delle metodologie presentate, attraverso l'interazione d'aula tra esperti e partecipanti su casi ed esemplificazioni.</p> <p>Ugualmente, l'apprendimento dell'informatica, delle lingue e delle materie in area tecnico-professionale dovrà essere favorito dal ricorso a simulazioni ed esercitazioni, al lavoro collaborativo di gruppo ed al metodo della presentazione e dell'esame di casi e autocasi riferiti al particolare sistema di attività dei partecipanti ed alle relative procedure oggetto di apprendimento.</p> <p>Trattandosi di percorsi formativi rivolti ad adulti occupati in possesso di esperienza lavorativa si dovrà prediligere un approccio didattico interattivo che lasci ampio spazio alla discussione di casi concreti ed alla condivisione delle esperienze.</p>
Strumenti	<p>In relazione alle necessità, dovranno essere messe a disposizione presso la sede della agenzia formativa o presso le sedi aziendali aule didattiche e laboratori informatici.</p> <p>Le aule potranno essere attrezzate con lavagne luminose, videoproiettori, videocamere TV, registratori e videocamere a supporto delle parti teoriche e le esercitazioni</p> <p>I laboratori didattici dovranno attrezzati con postazioni individuali complete di hardware e software adeguati ai diversi obiettivi di apprendimento, mediante cui effettuare esercitazioni e simulazioni previo ricorso alla</p>

ALLEGATO B

	documentazione tecnica aziendale.
Modalità organizzative	<p>Le attività formative dovranno essere svolte sia in orario di lavoro che, nei limiti consentiti dalla vigente contrattualistica e dalle regole determinate dal Fondo Artigianato Formazione, fuori dall'orario di lavoro, secondo le diverse opzioni scelte dalle aziende e dai partecipanti. I calendari attività dovranno essere concordati in modo da favorire al massimo la partecipazione. A supporto dell'attuazione dei progetti dovrà essere prevista la presenza di coordinatori didattici e di tutor d'aula che assicureranno il corretto sviluppo del progetto didattico, rilevando eventuali tendenze devianti con utilizzati momenti d'aula per compiere operazioni di feed-back con i partecipanti, sempre alla ricerca della più scrupolosa e coerente esecuzione. Il monitoraggio sarà, dunque, parte integrante dei meccanismi interni di assicurazione della qualità, che consentiranno di individuare e risolvere i problemi e di apportare miglioramenti. Una volta specificati gli obiettivi, stabilite le fasi principali, il monitoraggio diventerà un processo naturale incluso nello sviluppo del Piano e dei percorsi contenuti nel Progetto. Il monitoraggio comporterà un'analisi critica delle deviazioni rispetto alla pianificazione originaria: cioè dei compiti che non sono stati svolti in conformità con il programma e degli obiettivi che non sono stati raggiunti o sono stati raggiunti solo in parte. Le attività di monitoraggio produrranno un rapporto scritto, che deve contenere la coerenza/scostamento delle attività rispetto alla progettazione iniziale. La valutazione del Piano ha l'obiettivo di verificare i risultati raggiunti dal progetto e di misurarli in termini quantitativi e qualitativi. La valutazione è prevista in vari stadi del percorso progettuale: ex ante, quando sono fatte delle stime (attraverso indicatori e variabili) sui risultati da raggiungere; in itinere, per controllare l'andamento delle azioni, ossia verificare se l'andamento dei corsi e i risultati in fase di conseguimento sono in linea con le aspettative nella fase progettuale; ex post, per verificare i risultati raggiunti dal Progetto e dal Piano. In particolare l'obiettivo dell'attività di valutazione è valutare la qualità di un'attività di formazione in base al suo successo, al suo impatto o alla sua soddisfazione dei corsisti, al risultato immediato del corso, competenze acquisite, percentuali di completamento del corso, miglioramento della produttività, ecc..</p> <p>La valutazione ex-post avrà quindi due azioni diversamente valutabili:</p> <ul style="list-style-type: none">- di soddisfazione del corso da parte dei partecipanti ed il grado di apprendimento di base e tecnico professionale percepito;- un'azione a tempo dato dalla fine delle attività formative per leggere insieme ai partecipanti l'efficacia del progetto formativo sui processi organizzativi; questa occasione diventa anche una palestra di riflessione per evidenziare nuovi fabbisogni organizzativi e di competenze. <p>Per quanto riguarda quest'ultimo punto b) non essendo remunerabile, all'interno dell'attuale sistema di rendicontazione, i costi risultano non ammissibili. Sarà comunque interesse delle parti, coinvolte nel Piano prevedere questa situazione che in quanto consente una continua capacità nel tempo di lettura dell'analisi di fabbisogni di competenze. Per alcuni contenuti potrà essere previsto l'utilizzo della co - docenza, affiancando al consulente esperto della materia il responsabile di processo dell'azienda allo scopo di contestualizzare meglio i contenuti trattati. Parte delle attività pratiche, quando richiesto dalle necessità, dovranno potranno essere realizzate all'interno del project work, previsto quale momento di esercitazione e applicazione diretta nelle singole fasi di lavoro dei contenuti teorici trattati nelle docenze frontali; la modalità di esecuzione di questa</p>

ALLEGATO B

	attività dovrà essere concordata tra il docente e il responsabile di processo delle aziende.
Documentazione (utilizzo materiali e prodotti di esperienze precedenti)	In relazione alle necessità, dovranno essere predisposti materiali a supporto della "cristallizzazione" della conoscenza per ogni percorso didattico realizzato. Ove il caso, le aziende che condurranno le docenze, essendo fornitori delle strumentazioni e dei centri operativi di lavoro "contenitori" delle attività formative, potranno utilizzare materiale formativo da essi prodotto, oltre che esempi e casi tratti dalle esperienze condotte presso i propri clienti. Inoltre, dove richiesto, potrà essere messa a disposizione dei partecipanti la documentazione aziendale commerciale e tecnica: listini cataloghi, documentazione contabile - fiscale, libretti e specifiche tecniche, libretti d'uso e manutenzione delle macchine, documentazioni relative a procedure aziendali, eccetera.

ALLEGATO B

Contenuti formativi da sviluppare

Si elencano di seguito le aree comprendenti i contenuti formativi che i progetti dovranno sviluppare alla luce dell'evoluzione che il settore ed i singoli comparti presi a riferimento hanno subito nel corso degli ultimi 2 anni (approccio curativo) e che dovranno in previsione affrontare (approccio preventivo) anche per far fronte al pesante periodo di crisi iniziato a metà del 2008 ed il cui termine ancora non si riesce ad identificabile.

Impresa e Qualità produttiva

La qualità rimanda sia alla qualità certificata del processo, che alla qualità del prodotto, intesa come tipicità e specificità produttiva. I contenuti formativi sono riferiti sia a chi si occupa della gestione, sia a chi è impegnato nel processo e del produttivo. Particolare enfasi è data agli aspetti che riguardano il sistema dell'impresa, in termini di gestione, organizzazione e soddisfazione del cliente, e al risvolto che questi temi hanno per le diverse figure professionali: addetto alla commercializzazione, alla produzione alla amministrazione, allo stoccaggio ecc. Molta attenzione è posta ai costi e benefici inerenti la progettazione e all'attuazione di un Sistema di Qualità. Obiettivo è quello di essere in grado di inquadrare correttamente gli aspetti della qualità nella realtà dell'impresa e della catena agroalimentare in genere, dalla produzione al commercializzazione.

Contenuti:

- Concetto di Qualità e sua evoluzione;
- Quadro normativo nazionale ed internazionale di riferimento su igiene, sicurezza e sanità;
- L'Azienda, evoluzione e struttura organizzativa;
- Rapporto con il fornitore: le materie prime;
- Rapporto con il cliente – Customer satisfaction;
- Qualità e processi produttivi nell'impresa;
- Il miglioramento continuo;
- Relazione tra Qualità e costi.

Tecnologie e materiali innovativi nel Settore agro-alimentare

Contenuti:

- Le materie prime;
- Risorse alimentari ed alimenti;
- Principi nutritivi fondamentali: alimentazione e nutrizione;
- Sistema di qualità nel comparto agro-alimentare;
- Qualità dei prodotti alimentari;
- Tracciabilità;
- Marchi alimentari, certificazioni DOP e IGP;
- Frodi in campo alimentare;
- Prodotti biologici ed eco sostenibilità;
- Organismi Geneticamente Modificati (OGM);
- Tutela e certificazione delle biodiversità alimentari tipiche;
- Filiere alimentari tipiche regionali;

ALLEGATO B

Eccellenza produttiva e sapere fare nell'impresa alimentare

Questa area di intervento definisce gli interventi di formazione orientati al sapere fare e alla trasmissione di quelle conoscenze e competenze tipiche di questo settore. Si tratta di individuare percorsi di interventi di formazione tecnici e specialistici che abbiano come oggetto specifiche lavorazioni e specifici prodotti, legati alla filiera agroalimentare e riferiti sia a produzioni artigianali di qualità, che a innovazioni di prodotto.

Lavorazione carni:

- Le materia prime;
- La conoscenza dei tagli delle carni;
- La riduzione degli scarti delle lavorazioni delle carni;
- La stagionatura delle carni;
- La cottura e la pastorizzazione;
- I materiali e le tecniche per l'insaccatura delle carni;

Panificazione e pasticceria:

- Le materie prime;
- Le farine;
- La lievitazione;
- La lavorazione della sfoglia dolce;
- La lavorazione della sfoglia salata;
- Lavorazione della pasta frolla, normale e montata;
- La frolla con e senza burro;
- La pasticceria salata ed il banqueting;

Sicurezza igienico - sanitaria

- Procedura e manuale HACCP;
- Non conformità del prodotto;
- Derrate crude o prodotti semilavorati in fase di ricevimento, conservazione, preparazione;
- Derrate con caratteristiche e/o qualità non rispondenti ai requisiti di legge;
- Derrate consegnate secondo modalità e tempi inadeguati;
- Prodotti finiti non corrispondenti, per merceologia o qualità, alle richieste dal cliente;
- prodotti alimentari non adeguati per gli utenti soggetti a particolari regimi dietetici; Ispettori aziendali;
- Enti pubblici di controllo (ASL);
- Enti privati di controllo in verifica su richiesta del cliente;
- Segregazione del prodotto non conforme.

ALLEGATO B

Gestione economica dei processi

Contenuti

- Obiettivi e mansioni della funzione amministrativa;
- Elementi fondamentali della contabilità generale;
- Struttura e strumenti della contabilità (il budget e il reporting: struttura, utilizzo e vantaggi);
- Adempimenti societari.

Analisi di mercato e marketing

Contenuti

- Studio e ricerca di mercato, il marketing;
- Definizione delle esigenze di mercato per i prodotti;
- Identificazione delle esigenze esplicite ed implicite dei clienti;
- La soddisfazione del cliente
- Traduzione delle esigenze dei clienti e del mercato in ambito di progettazione e produzione;
- La fidelizzazione dei clienti;
- Utilizzo di supporti informatici.

Approvvigionamenti e stoccaggio, relazione con i fornitori-clienti

Contenuti

- Modalità operative per valutare e selezionare i fornitori;
- Verifica del mantenimento nel tempo delle capacità e delle prestazioni dei fornitori;
- Definizione dei requisiti di fornitura;
- Preparazione e verifica della documentazione di acquisto;
- Immagazzinamento, conservazione e manutenzione dei prodotti acquistati;
- Tecniche di supporto per l'attività di approvvigionamento.

Progettazione e industrializzazione dei processi

Contenuti

- Obiettivi ed importanza della progettazione e produzione;
- Struttura organizzativa e modalità operative per l'attività di progettazione e produzione;
- Pianificazione delle attività, definizione delle attrezzature e delle modalità operative per l'esecuzione dei controlli;
- Definizione delle specifiche di prodotto in riferimento ai requisiti connessi con la sicurezza, all'igiene, all'ambiente ed altri regolamenti e direttive europee;
- Qualificazione e certificazione di prodotti/processi;
- Gestione della documentazione della progettazione e della certificazione di qualità (dati e requisiti di base);

ALLEGATO B

- Identificazione e segregazione del prodotto non conforme;
- Analisi delle difettosità ed interventi correttivi;
- Il costo del prodotto: rapporto qualità/prezzo.

Priorità dell'intervento

"PREVENTIVO":

- anticipare i bisogni di formazione
- X aggiornare e migliorare le competenze professionali rispetto a opportunità di mercato/innovazioni tecnologiche/modificazioni dei processi produttivi/evoluzione delle professionalità
- adeguare la qualificazione professionale dei lavoratori

"CURATIVO":

- rispondere ai bisogni formativi specifici
- X riqualificare i lavoratori
- X aggiornare e migliorare le competenze professionali rispetto a opportunità di mercato/innovazioni tecnologiche/modificazioni dei processi produttivi/evoluzione delle professionalità
- acquisire nuove qualificazioni professionali

Descrizione ruoli e profili professionali destinatari dell'azione

Ruoli	<p>I ruoli coinvolti nell'attività del presente Piano Formativo sono quelli dei dipendenti delle imprese del settore, relativamente a tutte le funzioni e le mansioni professionali ricoperte all'interno dell'impresa, spesso connotati da alta interfunzionalità, in particolare:</p> <ul style="list-style-type: none">• responsabili e addetti amministrazione e gestione acquisti, gestione ordini,• responsabili e addetti uffici HACCP e controlli indici di sicurezza e qualità,• responsabili e addetti alla produzione (lavoratori che operano nei diversi reparti quali forni, refrigerazione, impasti, precottura, ecc.) ,• responsabili e addetti ufficio Gestione Qualità e Sistemi Integrati di Gestione Ambientale,• responsabili e addetti uffici pianificazione, magazzino, stoccaggio,• responsabili e addetti uffici commerciale e vendite,• responsabili e addetti ufficio amministrazione / controllo.
Profili professionali	<p>I profili professionali riportati a piano comprendono figure amministrative, commerciali, tecniche in ambito progettazione, produzione, gestione qualità, magazzino, acquisti, con la finalità di aggiornare le competenze di figure e profili professionali esistenti e operanti all'interno dell'impresa. Rispetto a tali profili si fa specifico riferimento al Sistema Regionale delle Qualifiche in vigore presso la Regione Emilia Romagna, a sua volta riaccolto ai più consolidati sistemi di classificazione nazionale in uso.</p>

ALLEGATO B

AZIENDE/TERRITORI (descrizione dei bacini di riferimento e della tipologia, numero delle aziende e dei territori interessati)	Aziende della Provincia di Modena del settore AGRO-ALIMENTARE
---	---

PROGETTO/I (Indicazione del Progetto/i finalizzato/i alla realizzazione del Piano Formativo)	
--	--

PARTI SOCIALI	Timbro e Firme in originale Confederazione LAVORATORI CISL Carl Biorella OVA Roberto UN FAM OLARI operai
----------------------	---

Data 29/09/09