

## CARATTERISTICHE AZIENDALI

**Protocollo n. 41**
**Caratteristiche strutturali dell'impresa**

Prodotto e/o servizio principale realizzato dall'impresa	Produzione e commercializzazione salumi e altri prodotti alimentari
Fatturato 2016	
Totale titolari e soci	5
Totale Addetti 2016	15
Certificazioni in possesso (es. UNI9001:2008, ecc.)	

**Numero di addetti con le seguenti caratteristiche presenti nell'intera azienda:**

	N.
Donne	9
Stranieri	5
Under 35	0

**Numero di addetti con le seguenti tipologie di contratto presenti nell'intera azienda:**

	N.
Contratto TI	10
Contratto TD	0
Apprendistato	0
Altre forme	5

**Numero di addetti che si occupano di:**

Gestione amministrativa	1
Gestione commerciale	1
Produzione/erogazione del servizio	6
Gestione magazzino	6
Gestione sistema qualità	0
Gestione risorse umane	1
Altro	0

Numero medio di tirocinanti impiegati nell'ambito dell'attività dell'impresa nell'arco di un anno:

2

## LETTURA DEL MERCATO

### MERCATO ATTUALE

Quasi interamente nazionale. Iniziato a fine 2016 una "esplorazione" di altri mercati (Germania), solo a livello progettuale.

### STRATEGIE DI SVILUPPO

L'azienda intende consolidare il suo posizionamento sul mercato locale, utilizzando: - mantenimento e potenziamento della produzione di qualità e di nicchia - promozione dell'azienda e del prodotto in proprio, attraverso canali formali e informali - analisi dello sviluppo di nuovi mercati - partecipazione alle fiere locali.

### MERCATO POTENZIALE

Mercato nazionale; area padana (Emilia - Lombardia).

## ANDAMENTO ECONOMICO-OCCUPAZIONALE DELL'AZIENDA

### Andamento dell'impresa nel periodo 2009-2016 sui seguenti indicatori rilevati:

(dove -5 indica Peggioramento assolto e +5 miglioramento assoluto)

1. Fatturato	0
2. Produttività del lavoro	+1
3. Utili/reddittività aziendale	0
4. Investimenti fissi e immateriali	+1
5. Occupazione	0

### Andamento dell'azienda tra il 2014 e il 2016 in termini di occupazione:

(Se in calo o in crescita è indicato il numero di unità coinvolte)

Stabile Pari a : 1 unità

Appartenenza dell'impresa ad un gruppo o rete nazionale o internazionale	No
--	----

Peso delle esportazioni sul totale del fatturato:	0
---	---

Se l'impresa svolge attività di subfornitura, peso percentuale sul fatturato del committente principale:	0
--	---

### Strategie competitive adottate dall'impresa sul mercato del prodotto:

#### STRATEGIE COMPETITIVE

Nessuna di queste	
Di costo	
Di prezzo	X
Di qualità	X
Di varietà	
Di marchio	
Di tecnologia	
Di soddisfazione del cliente	

### Innovazione realizzate nel periodo 2009-2016:

#### TIPO DI INNOVAZIONE

Nessuna di queste	
Innovazioni <i>radicali</i> di prodotto	
Innovazioni <i>radicali</i> di processo	
Innovazioni <i>incrementali</i> sul prodotto	
Innovazioni <i>incrementali</i> sul processo	
Innovazioni tecnologiche	X
Innovazioni di mercato	X
Controllo di qualità comprese le certificazioni	

#### Nota bene:

Per **Innovazione radicale** si intende introduzione di una tecnologia di processo e/o realizzazione di un prodotto *significativamente nuovi* per l'impresa;

Per **Innovazione incrementale** si intende un *miglioramento qualitativo* nella tecnologia di processo e/o nel prodotto *già presenti* nell'impresa.

**Pratiche di organizzazione del lavoro e della produzione adottate dall'azienda nei periodi 2004-2007 e 2008-2016:**

PRATICHE	2004-2007	2008-2016	Né prima né dopo
Just-in-Time		X	X
Gestione della Qualità Totale			X
Rotazione delle mansioni		X	
Ampliamento del numero delle mansioni per dipendente			X
Ampliamento delle competenze del dipendente		X	
Maggiore autonomia nelle mansioni svolte dal dipendente		X	
Maggiore autonomia dei gruppi e/o di singoli dipendenti nella soluzione dei problemi		X	
Modalità strutturate di confronto su suggerimenti e/o proposte dei dipendenti sull'organizzazione del lavoro e qualità del processo/prodotto			X
Percorsi di formazione continua connessi alle esigenze organizzative		X	
Definizione di obiettivi per gruppi di lavoro e/o individuali per i dipendenti			X
Sistemi di valutazione dei dipendenti, individuali e/o di gruppo			X

**ANALISI DEI PROCESSI E DEFINIZIONE DI PIANI DI MIGLIORAMENTO ORGANIZZATIVO E/O PRODUTTIVO**

**Livello di priorità dei processi aziendali monitorati: (1=max, 2=intermedia, 3=min, o "processo non monitorato nel check up")**

Strategia, pianificazione e gestione risorse interne	1 = Priorità massima
Costruzione dell'offerta	1 = Priorità massima
Sviluppo del prodotto	2 = Priorità intermedia
Produzione	3 = Priorità minima
Gestione del cliente	1 = Priorità massima
Gestione delle esternalità	3 = Priorità minima

---

**Caratteristiche del seguente processo:**

**Strategia, pianificazione e gestione risorse interne**

---

**Elementi di forza dell'azienda**

Punto di forza è la relazione soci (tutti e cinque lavoratori aziendali in produzione) / dipendenti, che crea un gruppo coeso in termini di obbiettivi aziendali. Reinvestimento continuo, in termini economici e di risorse organizzative, nell'azienda.

---

**Elementi critici dell'azienda**

L'azienda ha raggiunto un buon livello di armonizzazioni dei processi legati alle risorse umane, e quindi non rileva elementi critici, salvo problemi di carattere attitudinale e personale che vengono però risolti in maniera condivisa.

---

**Obiettivi di miglioramento/sviluppo**

Formazione continua degli addetti anche su argomenti non strettamente di immediata necessità.

---

**Caratteristiche del seguente processo:**

**Strategia, pianificazione e gestione risorse interne**

---

**Azioni per il raggiungimento dell'obiettivo**

Organizzazione, attraverso anche consulenza di Enti di formazione, di percorsi formativi rivolti a tutti gli addetti.

---

**Tipologia di intervento**

---

Consulenza formativa, formazione continua.

---

**Risorse umane da coinvolgere**

Tutti gli addetti, vista: la dimensione aziendale, la struttura organizzativa, i rapporti di equilibrio/cooperazione fra le risorse umane attualmente impiegate.

---

---

**Caratteristiche del seguente processo:**

**Costruzione dell'offerta**

---

**Elementi di forza dell'azienda**

Offerta costruita con: scontistica in base alla quantità; accentuazione e messa evidente della qualità del prodotto; offerta anche on demand. Preventivi e offerte sempre valutati in accettazione.

---

**Elementi critici dell'azienda**

A volta mancata coerenza fra qualità/prezzo (prezzi abbassati anche in presenza di alta qualità del prodotto).

---

**Obiettivi di miglioramento/sviluppo**

Mantenere sempre la coerenza qualità/prezzo (maggiore attenzione alle politiche di sconto).

---

---

**Caratteristiche del seguente processo:**

**Costruzione dell'offerta**

---

**Azioni per il raggiungimento dell'obiettivo**

---

Aumentare le competenze di carattere commerciale (capacità di trattativa, analisi della forza contrattuale).

---

**Tipologia di intervento**

---

Formazione specifica, e consulenza specifica su tecniche commerciali e marketing.

---

**Risorse umane da coinvolgere**

---

Titolare, soci, funzione commerciale.

---

---

**Caratteristiche del seguente processo:**

**Sviluppo del prodotto**

---

**Elementi di forza dell'azienda**

Produzione artigianale; qualità delle materie prime e delle lavorazioni. Addetti con grande esperienza nelle procedure produttive.

---

**Elementi critici dell'azienda**

Non si evidenziano elementi critici di particolare interesse, data la tipologia della produzione.

---

**Obiettivi di miglioramento/sviluppo**

Mantenimento dei livelli di competenze procedurale.

---

---

**Caratteristiche del seguente processo:**

**Sviluppo del prodotto**

---

Azioni per il raggiungimento dell'obiettivo

Processo non monitorato e/o non prioritario.

---

**Tipologia di intervento**

---

Processo non monitorato e/o non prioritario.

---

**Risorse umane da coinvolgere**

---

Processo non monitorato e/o non prioritario.

---

**Caratteristiche del seguente processo:**

**Produzione**

---

**Elementi di forza dell'azienda**

Azienda di piccole dimensione, produzione artigianale, qualità dei materiali, processo produttivo consolidato e gestito da persone competenti.

---

**Elementi critici dell'azienda**

---

Non si rilevano elementi critici in questo processo.

---

**Obiettivi di miglioramento/sviluppo**

---

Non ci sono obiettivi nell'immediato.

---

---

**Caratteristiche del seguente processo:**

**Produzione**

---

Azioni per il raggiungimento dell'obiettivo

Processo non monitorato e/o non prioritario.

---

**Tipologia di intervento**

---

Processo non monitorato e/o non prioritario.

---

**Risorse umane da coinvolgere**

---

Processo non monitorato e/o non prioritario.

**Caratteristiche del seguente processo:**

**Gestione del cliente**

---

**Elementi di forza dell'azienda**

---

Massima flessibilità, disponibilità a forniture on demand, sia nella quantità, sia nella tempistica.

**Elementi critici dell'azienda**

---

A volte l'azienda è debole nel sostenere i punti di forza del prodotto.

**Obiettivi di miglioramento/sviluppo**

---

Aumentare e potenziare le capacità di sostenere il prodotto e i suoi punti di forza.

---

---

**Caratteristiche del seguente processo:**

**Gestione del cliente**

---

**Azioni per il raggiungimento dell'obiettivo**

---

Attività di sviluppo di competenze specifiche; condivisione degli standard di qualità aziendale.

---

**Tipologia di intervento**

---

Consulenza specifica, formazione specifica.

---

**Risorse umane da coinvolgere**

---

Soci, addetti al magazzino e alle vendite.

---

---

**Caratteristiche del seguente processo:**

**Gestione delle esternalità**

---

**Elementi di forza dell'azienda**

---

Localizzazione ottimale per il raggiungimento degli obbiettivi di caratteristica organolettica del prodotto (montagna).

---

**Elementi critici dell'azienda**

La localizzazione crea problemi di tipo logistico (montagna); e ha creato problemi di carattere straordinario (effetti dell'alluvione del 2015).

---

**Obiettivi di miglioramento/sviluppo**

Nessun obiettivo in quanto la localizzazione è ottimale rispetto agli obbiettivi di prodotto.

---

---

**Caratteristiche del seguente processo:**

**Gestione delle esternalità**

---

Azioni per il raggiungimento dell'obiettivo

Processo non monitorato e/o non prioritario.

---

**Tipologia di intervento**

---

Processo non monitorato e/o non prioritario.

---

**Risorse umane da coinvolgere**

---

Processo non monitorato e/o non prioritario.

## SINTESI DEL PIANO DI MIGLIORAMENTO/SVILUPPO

Le azioni potranno svilupparsi, nel 2017, come segue: 1. completamento dell'analisi sulle possibilità di aprire a mercati esteri 2. potenziamento delle funzioni commerciali e di vendita - azioni motivazionali interne (riunioni sulle caratteristiche del prodotto e i suoi punti di forza) - formazione anche esterna (attraverso canali di finanziamento) 3. investimenti eventuali per il miglioramento facoltativo della sicurezza e del clima nel luogo di lavoro. 4. valutazione finale degli esiti del piano.