



foragri

Dati di monitoraggio e valutazione

Piano formativo

***“WI.BI.M: Wine Business Management per il Chianti
Classico”***

Avviso 1/2021

ForAgri

Soggetto Attuatore: SKILLS CONSULTING SRL

Sommario

- 1. Informazioni generali sul Piano.....**
- 2. Caratteristiche delle beneficiarie.....**
- 3. Caratteristiche della popolazione di indagine.....**

- 4. La valutazione del gradimento dei partecipanti.....**
 - 4.1 Introduzione ai questionari**
 - 4.2 I risultati**
 - 4.3 I giudizi**

1. Informazioni generali sul Piano

A preoccupare il Consorzio del Chianti Classico sono le prospettive per la prossima vendemmia, i surplus produttivi che si genereranno in cantina a fronte del vino 2020 rimasto invenduto, la crisi di liquidità determinata dalla frenata di vendite ed export, gli impegni finanziari richiesti dai programmi di promozione e commercializzazione OCM. Ciò impone l'impiego razionale di risorse, la capacità di determinare un controllo sui centri di costo aziendali in grado di ridurre gli stock e l'utilizzo di strumenti di programmazione della produzione e delle vendite in funzione del fabbisogno reale espresso dal mercato.

Per quanto concerne gli aspetti riferibili all'innovazione organizzativa ed operativa dell'Area Marketing, è fondamentale per il Consorzio del Chianti Classico prendere le mosse da strategie di branding in grado di effettuare azioni distintive sul mercato ed imporsi come Top Brand per essere riconoscibile e non assimilabile alla concorrenza. Inoltre, nella visione evolutiva dell'azienda, le strategie di brandizzazione hanno il compito di comunicare il valore dell'azienda, del proprio marchio e dei propri prodotti, trasmettendo al contempo valori, mission e le proprie modalità di interazione col mercato.

In questo frame di considerazioni, il processo formativo nel suo complesso mira a trasferire ai partecipanti le competenze, gli strumenti e le tecniche per gestire in modo efficiente l'azienda vitivinicola perseguendo i seguenti obiettivi:

- potenziare il processo di controllo di gestione attraverso la digitalizzazione del flusso logistico che dall'acquisizione dell'ordine giunge alla distribuzione del prodotto, con un monitoraggio costante dei principali centri di determinazione del costo;
- acquisire metodologie operative per ridurre gli stock di magazzino e i relativi costi, con aumento della marginalità complessiva;
- Impiegare metodologie comunicative per diffondere i valori aziendali che costituiscono la base del proprio modello di sviluppo per rafforzare il brand;
- interagire con i mercati di riferimento adeguando metodologie e canali in funzione dei target.

Accanto agli obiettivi formativi del piano, si pongono obiettivi di "disseminazione", ossia di diffusione dell'incisivo impatto che la formazione avrà sulle imprese beneficiarie. Tale obiettivo sarà raggiunto attraverso l'implementazione di un'attività di partenariato tra piani formativi, avente come scopo la disseminazione delle best practices implementate e come diretta conseguenza della formazione sulla competitività delle imprese del settore e del territorio. Dalla declinazione dei fabbisogni formativi espressi e precedentemente illustrati sono stati definiti due progetti formativi, articolati in moduli strutturati in specifici contenuti come di seguito precisato:

A) PROGETTO FORMATIVO: Professional Teams Development – durata 56 ore – 2 moduli-1 edizione (per ciascun modulo)

Obiettivo formativo

Il progetto formativo proposto rappresenta per il Consorzio del Chianti Classico la premessa indispensabile per definire un innovativo modello operativo di processi aziendali core che, attraverso il supporto di strumenti digitali, sia in grado di garantire ad un tempo efficienza di processo e riduzione dei costi. Il controllo di gestione digitalizzato presuppone un innovativo design del flusso operativo per garantire la governance dei costi lungo la supply chain. In questa cornice evolutiva, la formazione si inserisce come driver per il trasferimento di competenze tecnologiche, digitali e di processo e dunque come strumento indispensabile per l'innovazione e per la competitività.

Modulo formativo n. 1:

CONTROLLO DI GESTIONE DELL'AZIENDA VITIVINICOLA AL TEMPO DEL CORONAVIRUS – durata 32 ore

Modulo formativo n. 2:

Descrizione sintetica e obiettivi generali

WINE BUSINESS MANAGEMENT– durata 24 ORE

B) PROGETTO FORMATIVO: Design of Digital Startegies– durata 64 ore – 2 moduli-1 edizione (per ciascun modulo)

Obiettivo formativo

Il progetto si propone di potenziare le competenze in merito alla gestione di un piano strutturato di web marketing per l'incremento del coefficiente di diffusione del brand e dei valori che supportano la reputazione aziendale e per favorire nuovi canali comunicativi con il mercato attraverso l'impiego di tools digitali che siano in grado di effettuare un raccordo di dati a supporto delle decisioni strategiche aziendali. L'attuale contesto economico definito dalla pandemia sta modificando notevolmente i mercati del vino sia in relazione all'evoluzione dei modelli di distribuzione sia, soprattutto, in rapporto ai nuovi fabbisogni e aspettative dei consumatori. È necessario, dunque, creare le premesse per operare nel modificato contesto socio-economico-commerciale.

Modulo formativo n. 1:

WEB MARKETING INNOVATIVO PER LA COMMERCIALIZZAZIONE DEL VINO SU MERCATI ESTERI– durata 32 ore

Modulo formativo n. 2:

STRUMENTI DIGITALI PER LA BRAND REPUTATION– durata 32 ore.

2. Caratteristiche beneficiarie

Il Consorzio, nato per primo in Italia, nel 1924, oggi rappresenta 480 produttori, di cui 342 escono sul mercato con la propria etichetta, contraddistinta dal marchio inconfondibile del Gallo Nero. Gli scopi del Consorzio Vino Chianti Classico sono la tutela e la promozione del marchio Chianti Classico Gallo Nero.

Nello specifico:

Beneficiarie	
Denominazione Impresa	Codice Ateco - Attività svolta
Consorzio Vino Chianti Classico	M - 71.20.22 - Attività per la tutela di beni di produzione controllata

3. Caratteristiche della popolazione di indagine

La formazione si è sviluppata tra il 04/07/2022 e il 10/11/2023. I dipendenti coinvolti in formazione sono stati i seguenti:

Design of Digital Strategies:

12 dipendenti coinvolti.

Professional Teams Development:

12 dipendenti coinvolti.

Vista la portata trasversale del progetto innovativo sviluppato, la messa a regime dell'innovazione, ha richiesto un intervento di formazione strutturato in grado di consentire lo sviluppo delle competenze trasversali a tutti i comparti produttivi.

Ad essere coinvolte nel piano sono state pertanto due tipologie di lavoratori:

- Tecnico delle attività di marketing
- Tecnico delle attività di verifica dei costi, controllo di gestione, redazione e verifica del bilancio

4. La valutazione del gradimento dei partecipanti

4.1 Il questionario di gradimento partecipanti

Il monitoraggio e la valutazione dei risultati e degli effetti delle attività formative rappresenta un elemento fondamentale ai fini dell'aggiornamento e della revisione continua del sistema formativo, poiché garantisce il costante allineamento dell'analisi e della progettualità che sta alla base di ogni intervento.

La valutazione consente inoltre di individuare buone prassi operative migliorando la qualità delle azioni formative e soprattutto il loro impatto sull'organizzazione del lavoro e sulle competenze dei destinatari.

Nello specifico l'attività di monitoraggio e valutazione si è basata sulla somministrazione a tutti i partecipanti di un questionario di valutazione della customer satisfaction che valuti e monitori l'organizzazione, la docenza, gli orari, le metodologie didattiche, ed a tutti i datori di lavoro di un questionario di valutazione che valuti e monitori il livello di partecipazione al processo formativo, articolato in partecipazione all'analisi dei fabbisogni, alla progettazione didattica, alla valutazione degli apprendimenti.

4.2 Introduzione ai questionari

A conclusione di ciascuna azione formativa è stata prevista la somministrazione ai lavoratori di un questionario finalizzato a verificare il gradimento e l'interesse nei confronti dell'attività svolta.

Il questionario si pone l'obiettivo di verificare il livello di gradimento dell'attività di formazione in aula, con riferimento alla spendibilità della stessa, alla metodologia adottata, alla chiarezza espositiva da parte delle figure professionali coinvolte, alla rilevanza riconosciuta ai temi affrontati, etc.

Articolato in 4 sezioni:

- Organizzazione del corso
- Didattica
- Docenti
- Organizzazione/logistica

il questionario è articolato in una sequenza di domande e costituisce un rapido feed-back che facilita l'analisi dei punti di forza e di debolezza delle attività svolte in termini di: efficacia del corso, organizzazione generale e valutazione dei contenuti. Per rendere più agevole la rilevazione delle opinioni, è stato utilizzato un linguaggio semplice e di immediata comprensione con la formulazione sia di domande dirette (che hanno favorito l'espressione di un giudizio personale) che di domande indirette (mirate alla raccolta di informazioni generali sulla realizzazione delle azioni).

Più precisamente, per agevolare la compilazione del questionario, avvenuta in piena autonomia, è stato previsto il ricorso a:

- domande chiuse (o pre-codificate) nell'ambito delle quali il partecipante è stato chiamato a scegliere all'interno di un range di risposte determinato in fase di progettazione dello strumento

Trattandosi di un questionario di gradimento si è ritenuto inoltre opportuno pre-codificare le risposte secondo una scala più graduata delle semplici alternative si-no. L'analisi e la valutazione del livello di gradimento dei partecipanti sono pertanto realizzati attraverso il ricorso a scale di valori graduate

- Insufficiente – sufficiente – buono – ottimo

Al fine di evitare problemi di chiarezza e di univocità di interpretazione da parte dell'intervistato, e in considerazione dei diversi livelli culturali dei partecipanti, la scelta del linguaggio è ricaduta sull'utilizzo di parole semplici e chiare, familiari anche agli intervistati con più basso livello culturale.

4.3 I giudizi

Le risposte dei partecipanti ai corsi esprimono un giudizio molto positivo sull'insieme delle attività svolte, sottolineando soddisfazione rispetto alle aspettative, ai contenuti delle attività formative in rapporto al lavoro svolto e al livello di approfondimento dei contenuti stessi.

È interessante notare come quasi tutti i partecipanti concordino nel valutare positivamente gli aspetti relativi al comportamento dei docenti la chiarezza espositiva, gestione d'aula, disponibilità a confrontarsi, capacità di lavorare in gruppo.

Dalla elaborazione degli item risultanti si evince inoltre una stretta correlazione fra qualità dei docenti selezionati e le finalità complessive del corso nonché un apprezzamento significativo delle metodologie applicate

Gli items contenuti nel questionario sono i seguenti:

1. Organizzazione del corso

- La chiarezza degli obiettivi dichiarati all'inizio dell'intervento formativo
- La coerenza dei contenuti dell'intervento formativo con gli obiettivi del corso
- La coerenza dei contenuti dell'intervento formativo con le aspettative personali
- La durata dell'intervento
- La durata dei singoli moduli
- L'equilibrio tra parte teorica e parte pratica
- Tempi e ritmi di lavoro

2. Didattica

- Le conoscenze generali acquisite
- Le conoscenze specifiche acquisite
- La capacità operativa acquisita
- Il grado di approfondimento degli argomenti trattati
- Il coinvolgimento dei partecipanti nell'attività didattica
- Le esercitazioni svolte

3. Docenti

- La preparazione
- La capacità di comunicare
- La chiarezza espositiva
- La capacità di ascolto
- Il grado di personalizzazione
- Il rapporto docente/partecipante

4. Organizzazione/Logistica

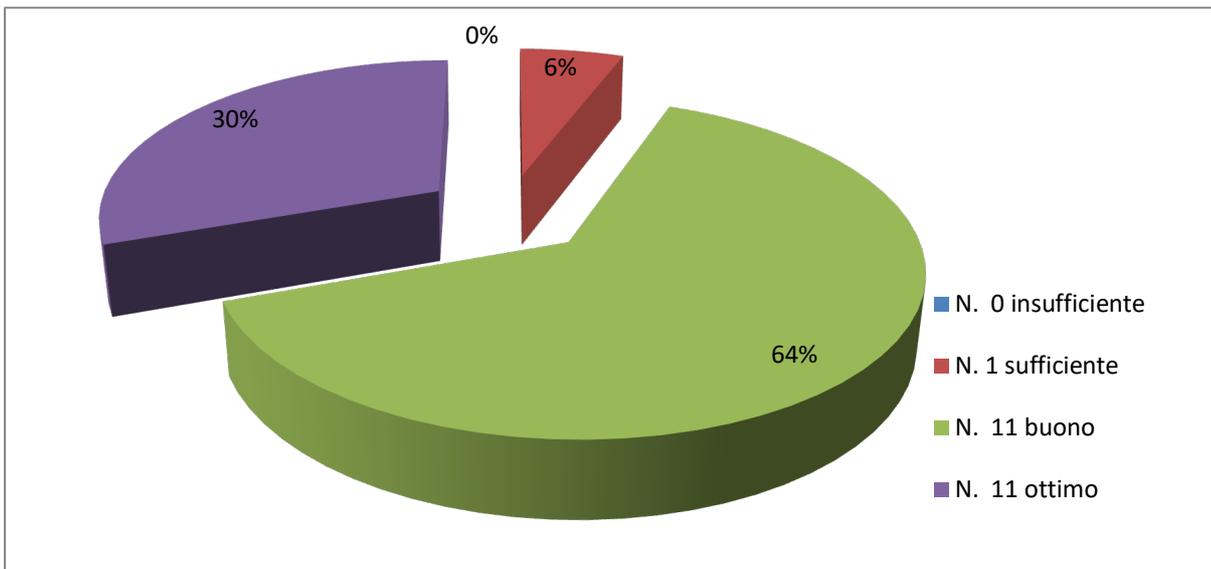
- La sede del corso
- L'adeguatezza delle aule didattiche
- Il materiale didattico di supporto al programma svolto (se distribuito)

- La strumentazione e tecnologie di supporto

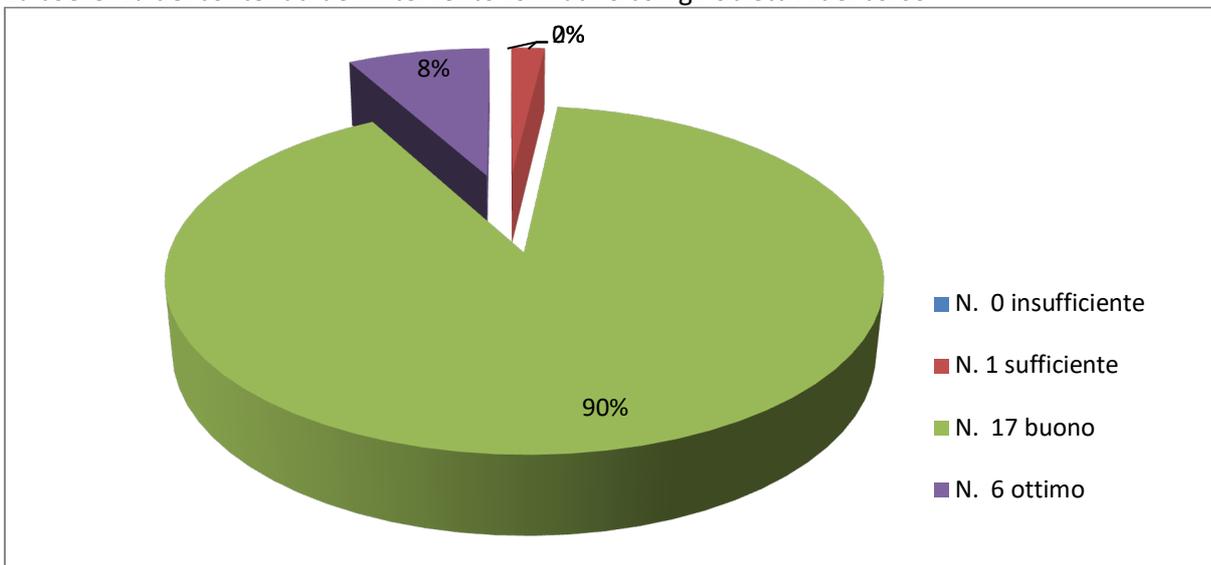
Nello specifico, si riportano qui di seguito i risultati derivanti dall'analisi:

Organizzazione del corso

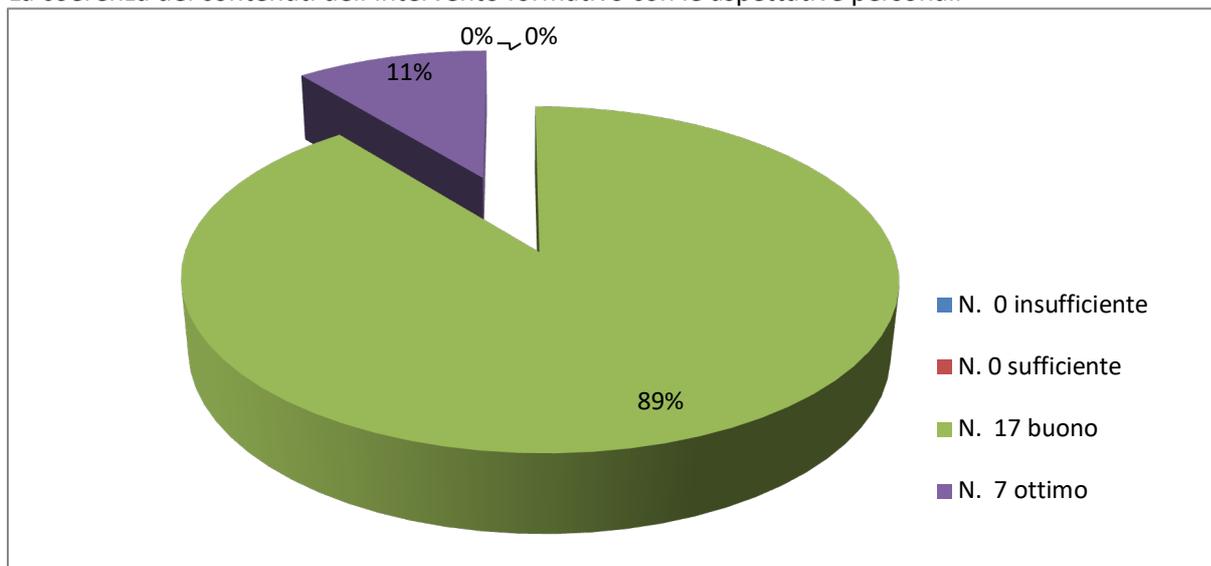
La chiarezza degli obiettivi dichiarati all'inizio dell'intervento formativo



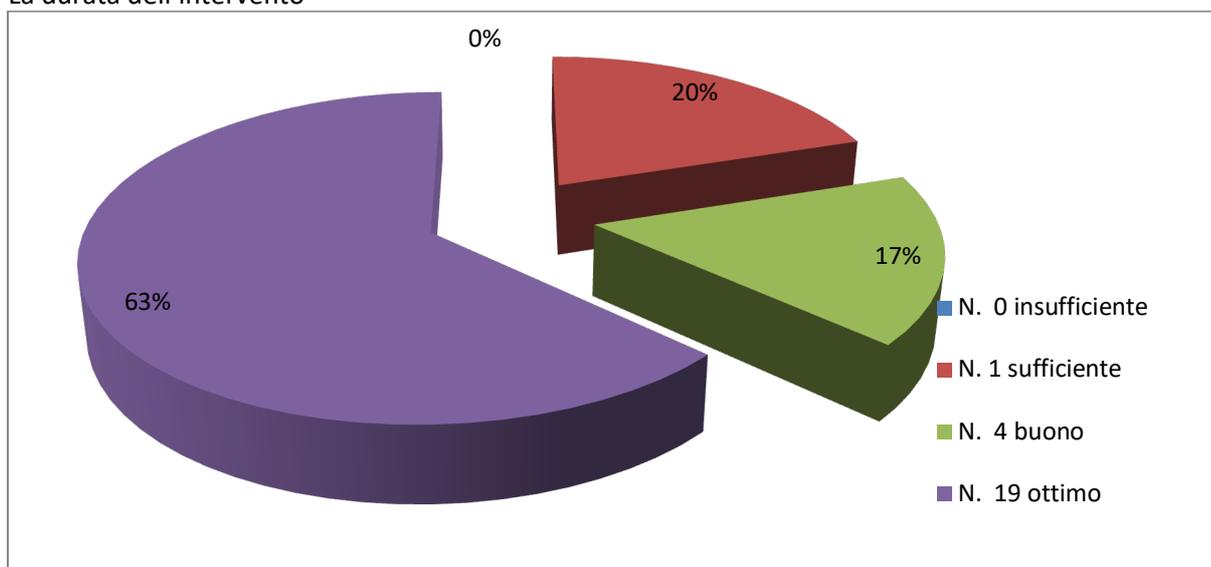
La coerenza dei contenuti dell'intervento formativo con gli obiettivi del corso



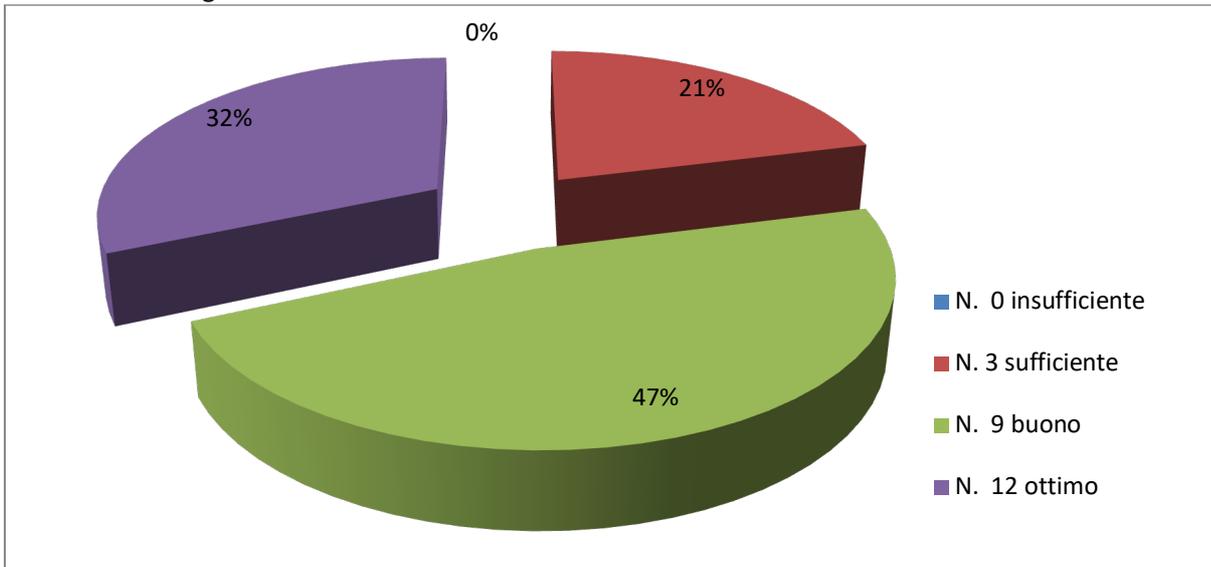
La coerenza dei contenuti dell'intervento formativo con le aspettative personali



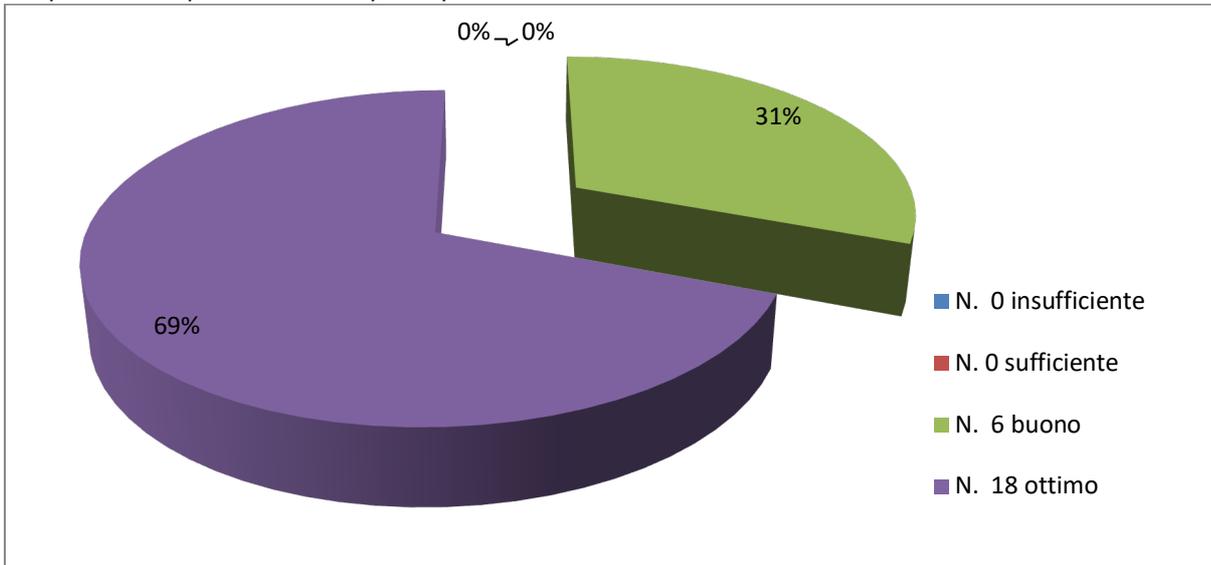
La durata dell'intervento



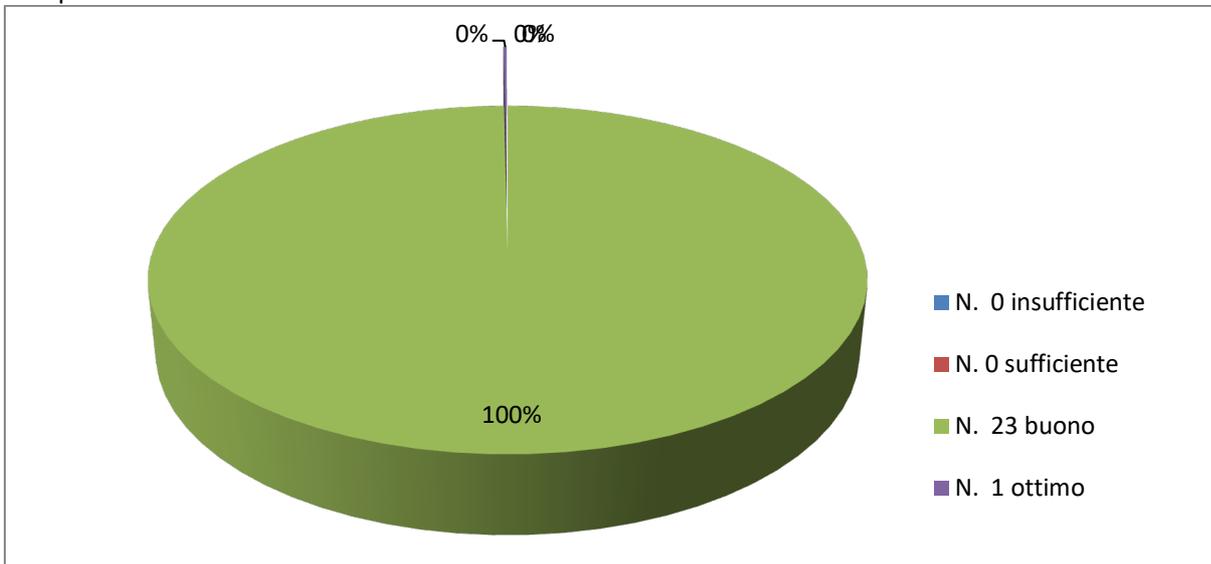
La durata dei singoli moduli



L'equilibrio tra parte teorica e parte pratica

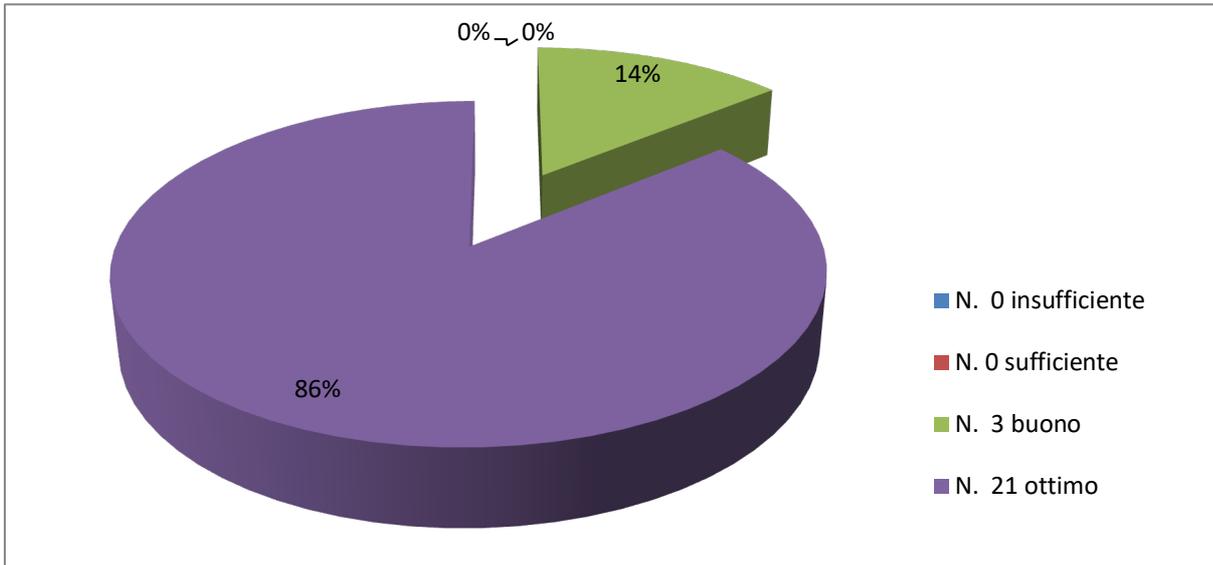


Tempi e ritmi di lavoro

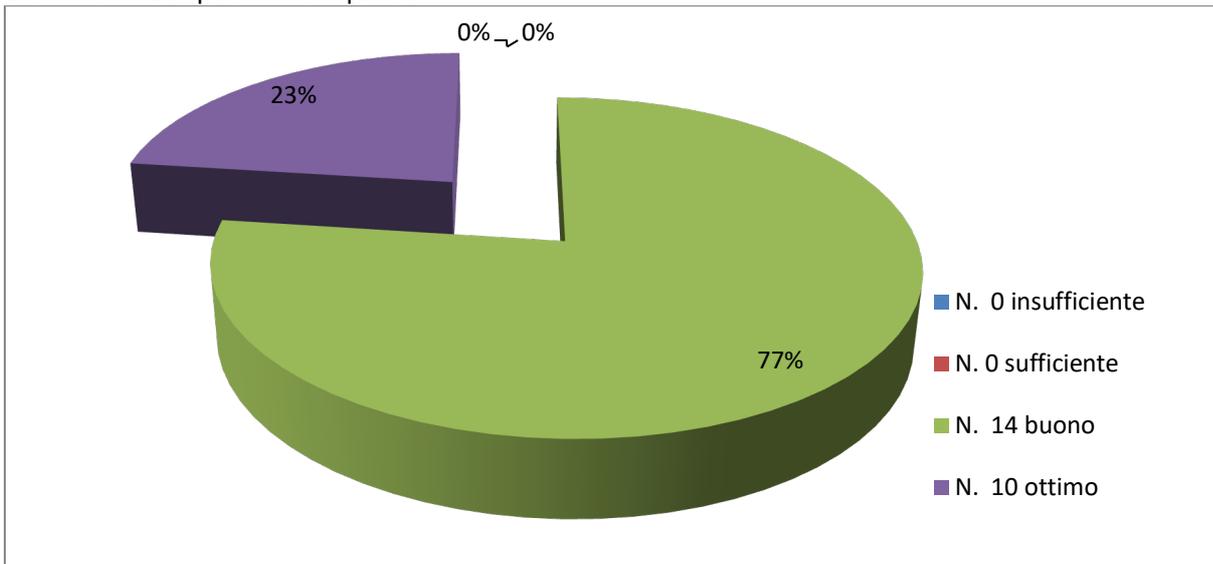


Didattica

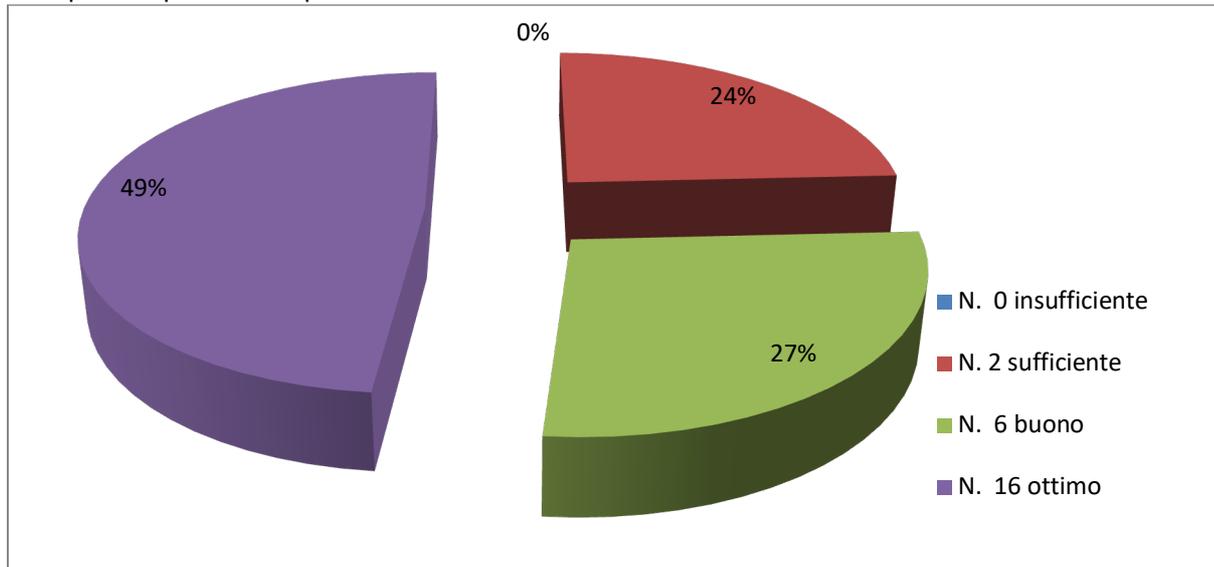
Le conoscenze generali acquisite



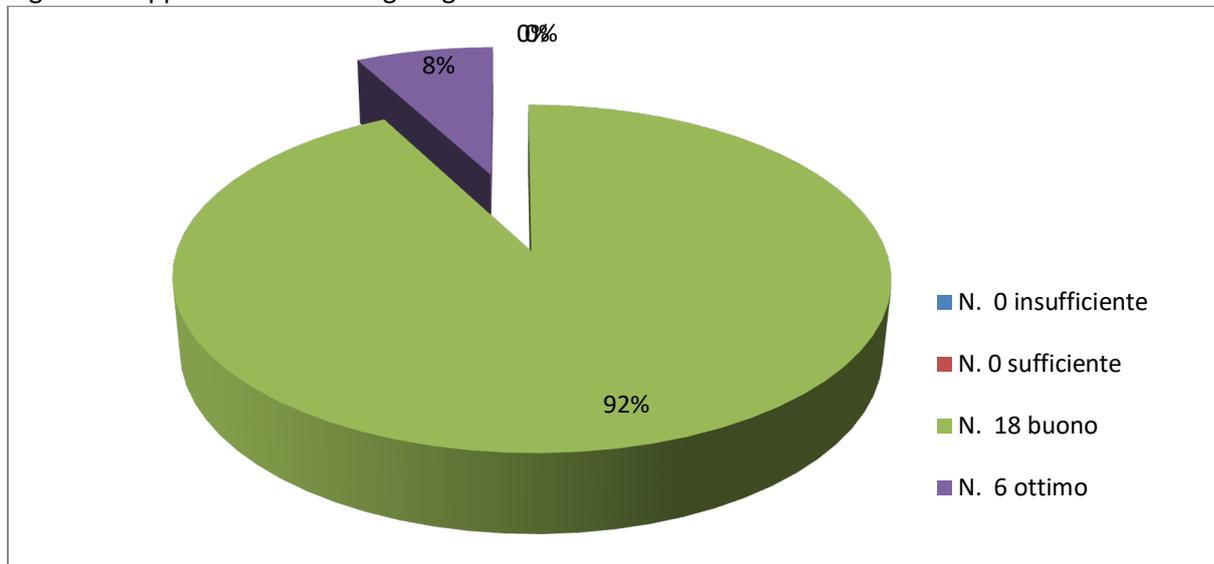
Le conoscenze specifiche acquisite



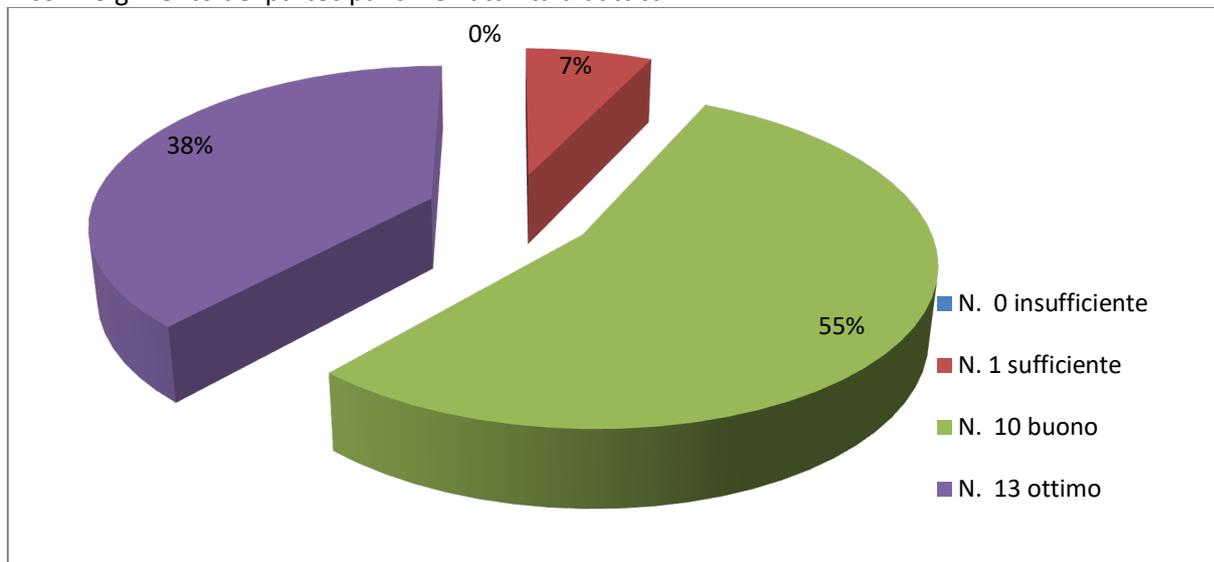
La capacità operativa acquisita



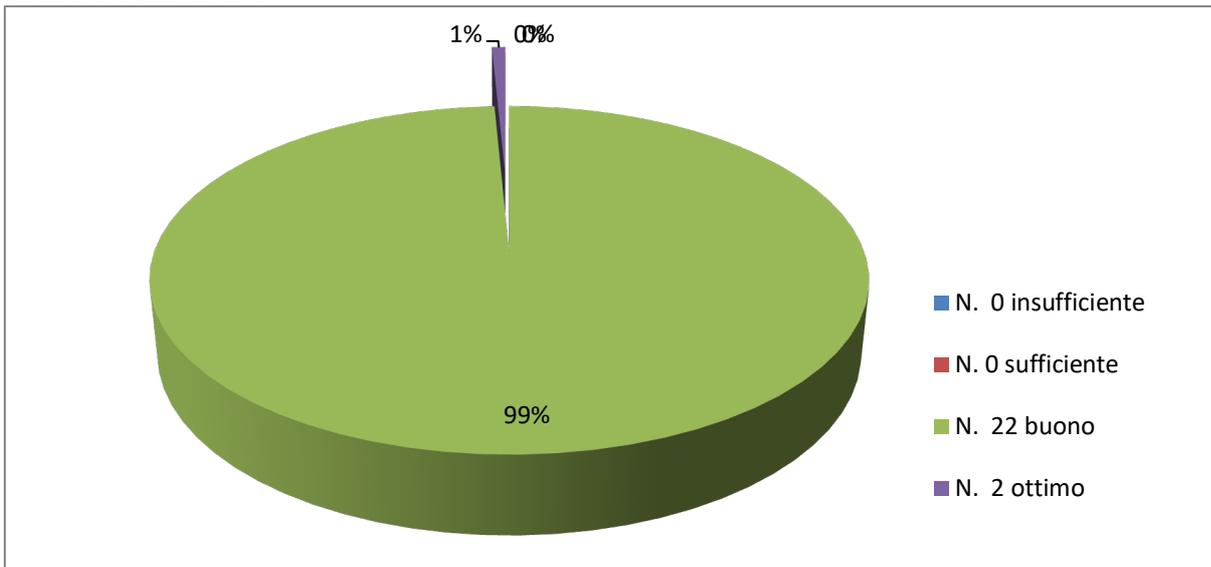
Il grado di approfondimento degli argomenti trattati



Il coinvolgimento dei partecipanti nell'attività didattica

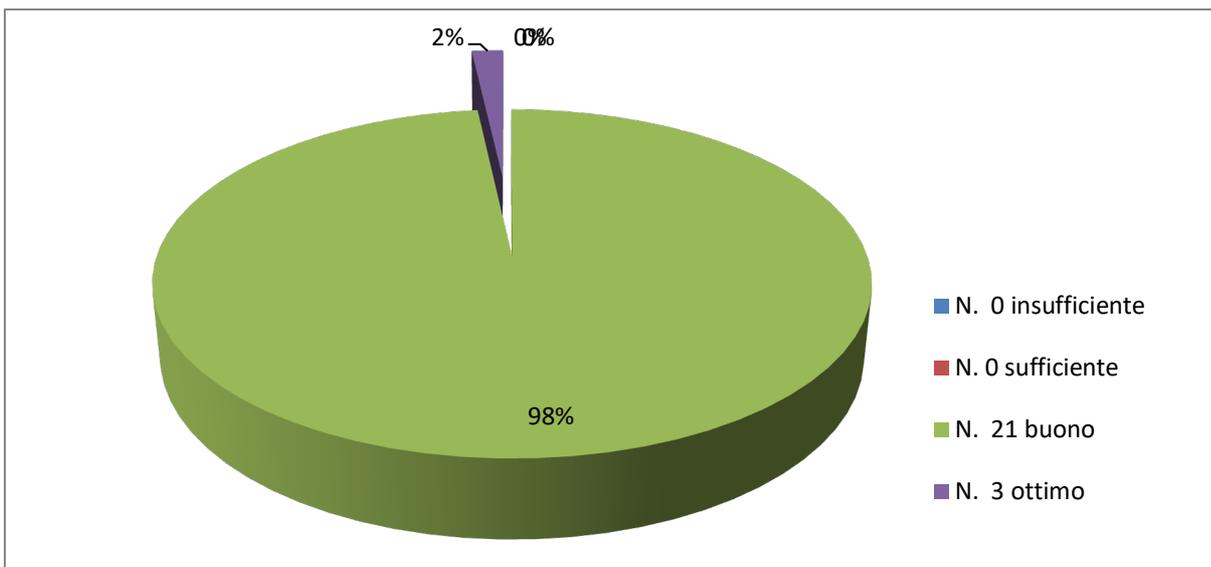


Le esercitazioni svolte

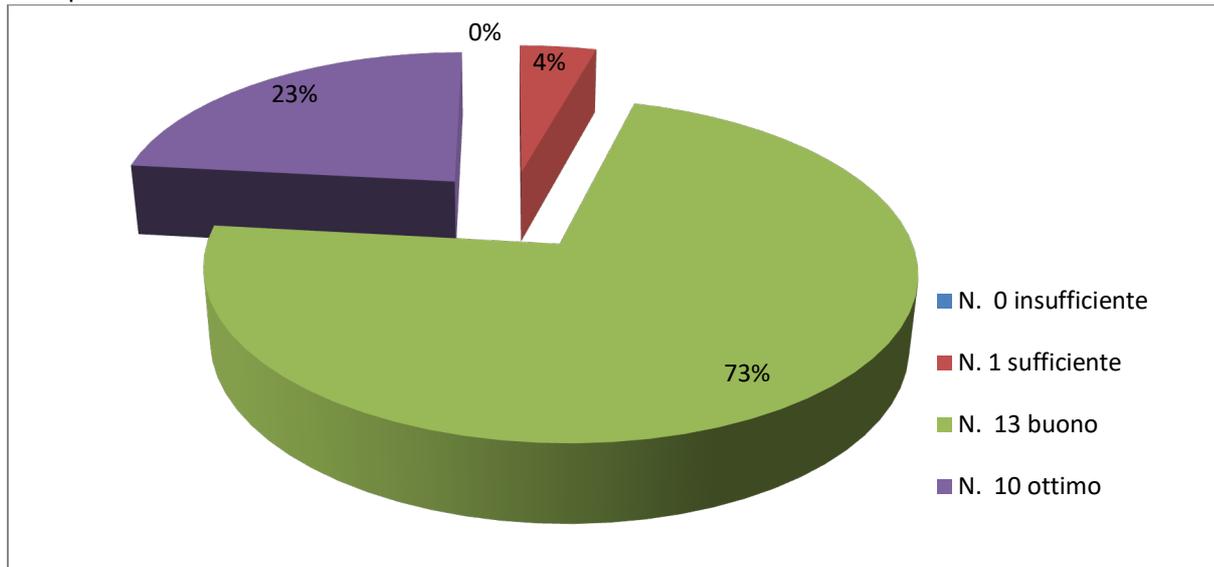


Docenti

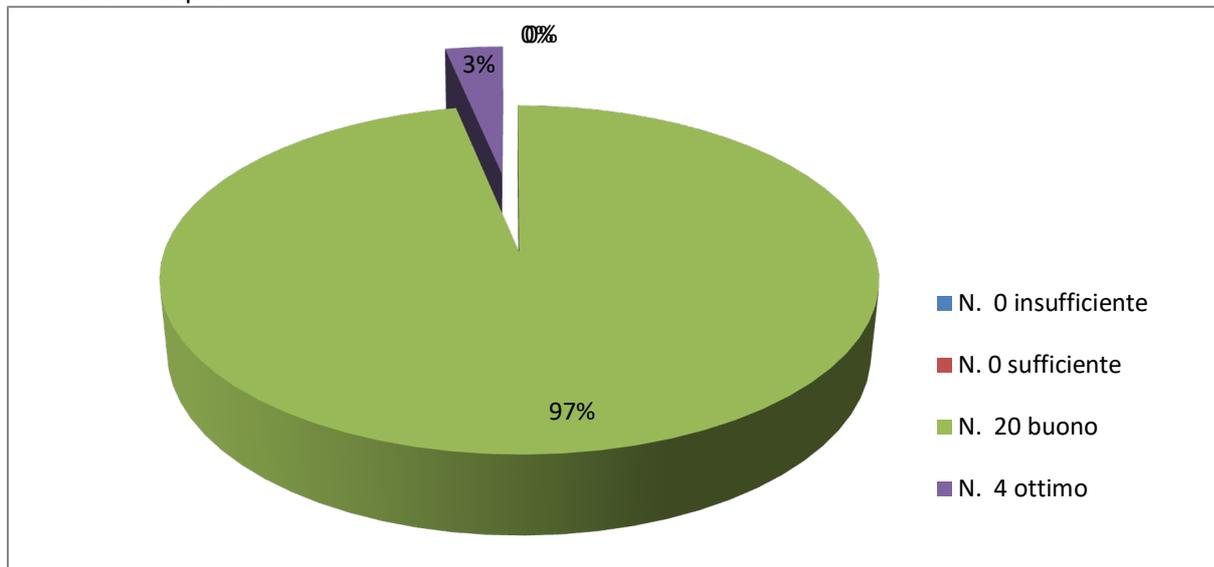
La preparazione



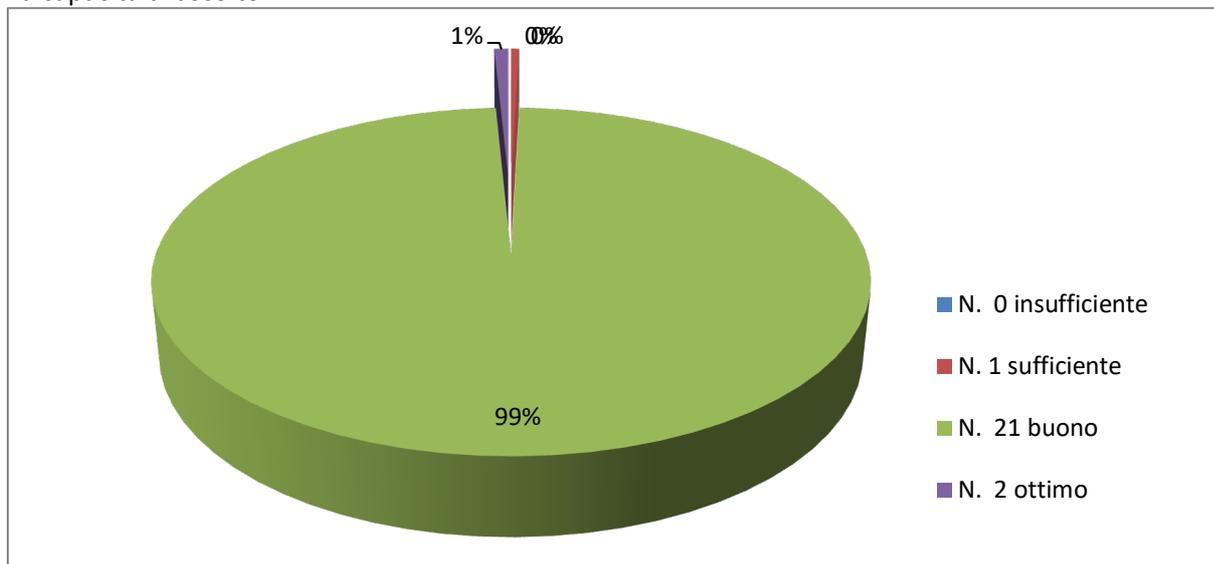
La capacità di comunicare



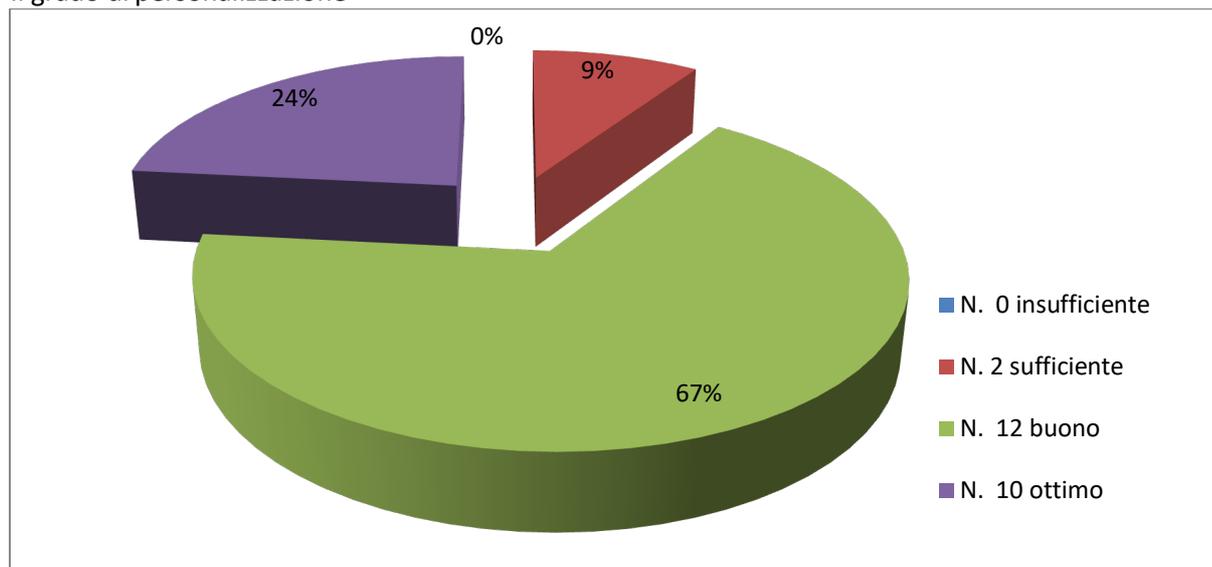
La chiarezza espositiva



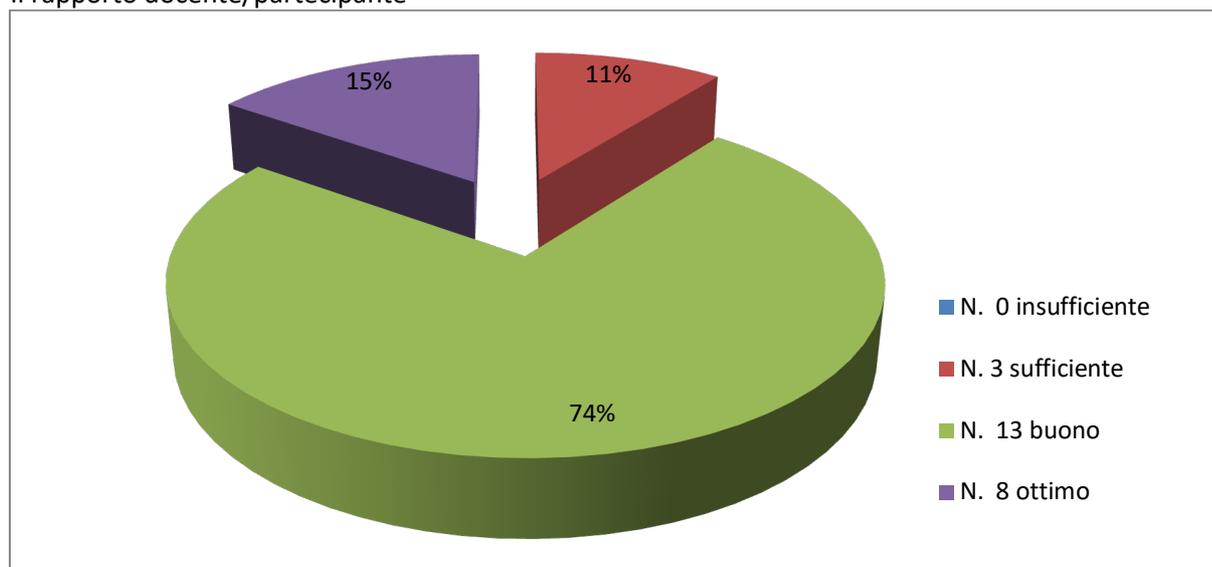
La capacità di ascolto



Il grado di personalizzazione

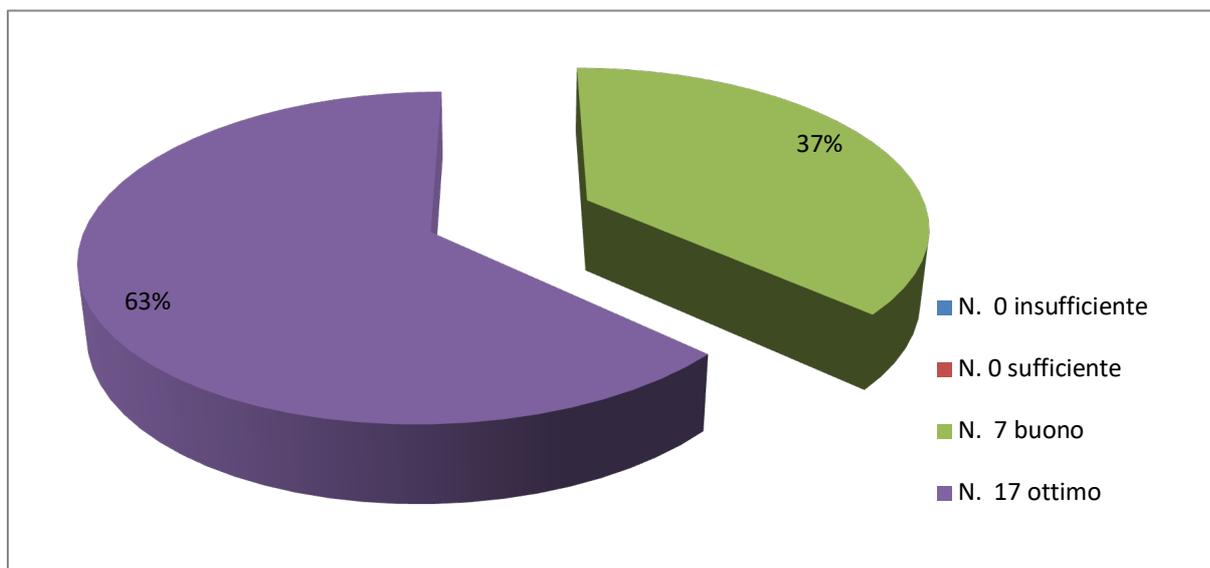


Il rapporto docente/partecipante

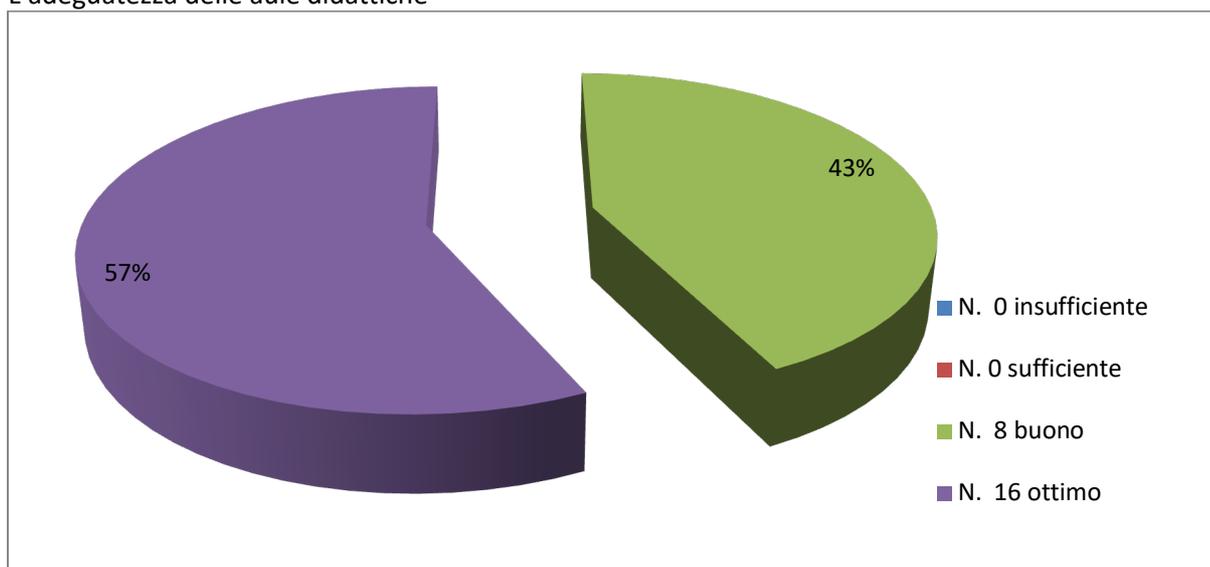


Organizzazione/Logistica

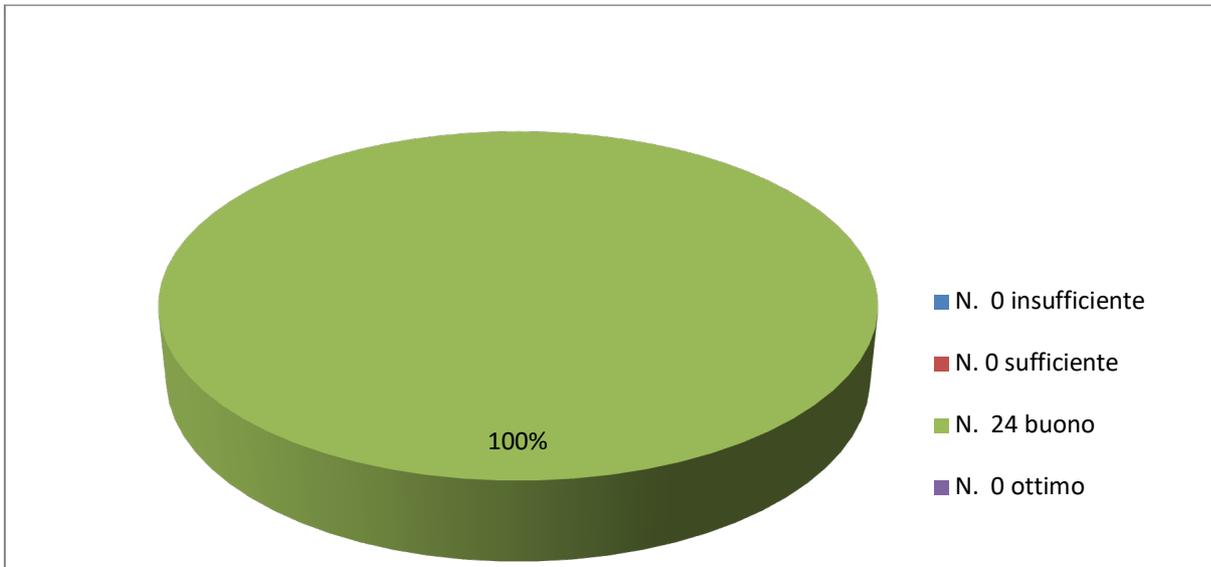
La sede del corso



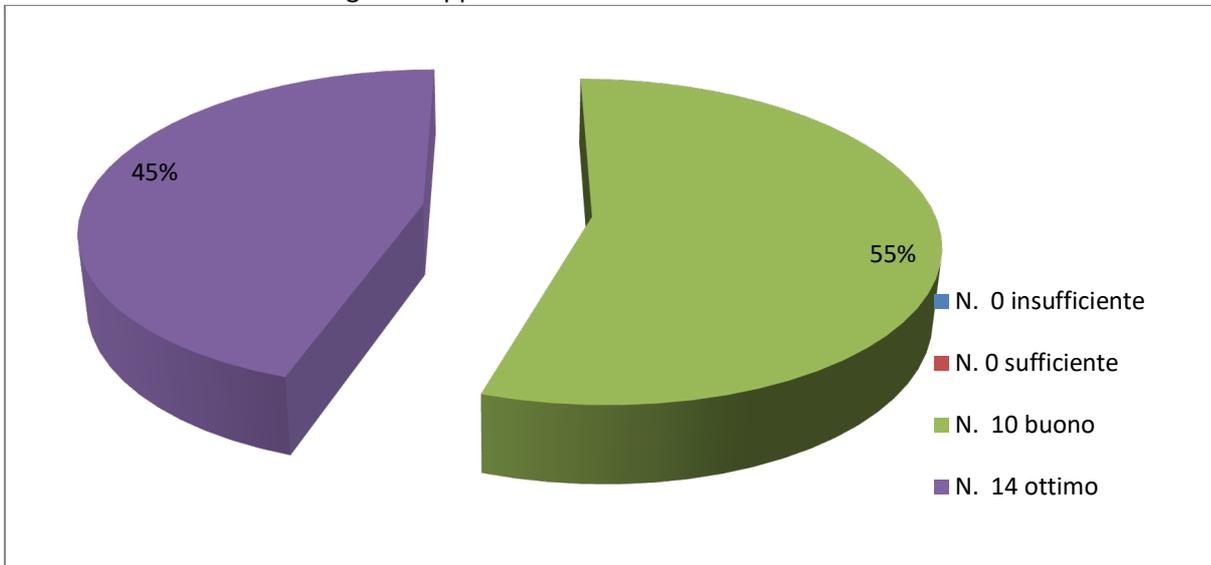
L'adeguatezza delle aule didattiche



Il materiale didattico di supporto al programma svolto (se distribuito)



La strumentazione e tecnologie di supporto



Come si evince dai grafici, dai numeri e dalle percentuali sopra riportati sopra riportati, i partecipanti ai corsi esprimono un giudizio molto positivo sull'insieme delle attività svolte, sottolineando soddisfazione rispetto alle aspettative, ai contenuti delle attività formative in rapporto al lavoro svolto e al livello di approfondimento dei contenuti stessi.