



Ambito tematico Strategico

3. Competenze di base e trasversali

Competere sui mercati internazionali in lingua inglese

TEAM DI MONITORAGGIO

Per OBR Lombardia l'attività di rilevazione e valutazione è stata realizzata da Gianluca Milanese

Per **A&T Europe S.p.a.** hanno partecipato:

- D.ssa Sara Moschetto (HR Manager)
- D.ssa Michela De Munari (Team Leader Gruppo Project Engineers)
- Dr. Daniele Preti (Project Manager)

Piano formativo: Conto Formazione, codice ID 293185; titolo: “PIANO FORMATIVO INGLESE 2021”

Sommario

1	INTRODUZIONE.....	4
2	STRATEGIE AZIENDALI E RUOLO DELLA FORMAZIONE CONTINUA	4
2.1	Breve profilo dell'azienda e del settore	4
2.2	Orientamenti strategici e processi di innovazione.....	5
2.3	Obiettivi aziendali e ruolo della formazione	6
2.4	Considerazioni riepilogative	7
3	IL PIANO FORMATIVO	7
3.1	L'analisi del fabbisogno, metodologie e risultati	7
3.2	Il processo formativo dalla progettazione alla valutazione degli esiti.....	8
3.3	Considerazione riepilogative	9
4	L'IMPATTO DELLA FORMAZIONE.....	9
4.1	L'impatto della formazione	9
4.2	Considerazioni riepilogative	10
5	CONCLUSIONI.....	10
5.1	Gli elementi e/o i fattori che hanno influito positivamente sulla formazione.....	10
5.2	Le buone prassi formative aziendali	11
5.3	Conclusioni.....	12
6	BIBLIOGRAFIA/SITOGRAFIA.....	12

1 INTRODUZIONE

La seguente attività di valutazione e monitoraggio ha riguardato il piano formativo “PIANO FORMATIVO INGLESE 2021” ID 293185 presentato a Fondimpresa dall’azienda **A&T Europe S.p.a.**

L’azienda opera nel mercato delle piscine, progettando e realizzando opere acquatiche di ogni genere: dalle piscine private a quelle pubbliche, centri benessere, acquascivoli e spray park. L’azienda è leader nella costruzione e vendita di piscine in Italia e nel mondo grazie alla sua lunga esperienza nel settore. Dopo lo sviluppo nel mercato italiano, che vede una rete vendita e di assistenza capillare su tutto il territorio, l’azienda ha deciso di espandersi sul mercato mondiale, realizzando piscine in oltre settanta paesi e offrendo, in tutto il mondo, un servizio completo e puntuale, studiato sulle esigenze di ogni cliente, sia esso un privato, una struttura pubblica o gli addetti ai grandi eventi sportivi.

Sia per la realtà aziendale a forte carattere internazionale, sia per un globale miglioramento dei rapporti con la clientela estera, perfezionare l’uso della lingua inglese è ritenuto elemento imprescindibile per garantire una posizione forte sul mercato.

Pertanto il piano formativo svolto in azienda ha previsto una formazione altamente professionalizzante nell’uso della lingua inglese per il personale nei vari uffici coinvolti e di conseguenza un miglioramento nei rapporti con l’estero, andando ad impattare positivamente su processi e funzioni aziendali strategiche.

2 STRATEGIE AZIENDALI E RUOLO DELLA FORMAZIONE CONTINUA

2.1 Breve profilo dell’azienda e del settore

L’azienda A&T Europe S.p.A. è un esempio di realtà di successo gestita a carattere familiare essendo ormai alla seconda generazione della famiglia Colletto.

L’azienda A&T viene fondata a Castiglione delle Stiviere (MN) nel 1961. I marchi aziendali sono i seguenti:

- Piscine Castiglione
- Myrtha Pools

Inizia le sue attività prima in ambito nazionale, per poi espandersi in tutto il resto del mondo. Di seguito gli sviluppi fondamentale della vita aziendale nel corso degli anni:

- 1977 – L’azienda acquisisce il brevetto tedesco Myrtha,
- 1996 – Prima partecipazione dell’azienda in qualità di fornitore ai giochi olimpici di Atalanta
- 2000 – L’azienda apre una filiale negli USA
- Dal 2010:
 - L’azienda entra nel settore dei parchi acquatici,
 - L’azienda entra nel settore Wellness e in seguito acquisisce un sito produttivo in Romania,
 - Nuove acquisizioni/società collegate: P&G; ISIPools.

Grazie alla continua ricerca delle tecnologie più avanzate ed affidabili e ai suoi brevetti esclusivi, l’Azienda ha imposto una svolta tecnologica nel mercato della piscina, avviandosi così verso un esponenziale sviluppo mondiale, che ha portato tra le altre cose all’apertura della filiale negli Stati Uniti, a Sarasota in Florida.

Piscine Castiglione progetta, produce, e installa oltre 300 piscine pubbliche all'anno. I progetti sono sviluppati rispondendo alle richieste funzionali ed estetiche dei clienti e la decennale esperienza nel campo delle piscine permette inoltre, di ideare e sviluppare vasche in grado di integrarsi perfettamente con l'ambiente circostante. L'azienda può vantare oggi decine di migliaia di realizzazioni in oltre 70 Paesi: dall'Islanda all'Arabia, dal Brasile al Giappone, dagli Stati Uniti all'Australia, ed il mercato è in continua crescita ed espansione. Le tecnologie esclusive sono inoltre state utilizzate per la realizzazione di piscine per **Grandi Eventi Sportivi internazionali**, quali Giochi Olimpici e Campionati Mondiali di Nuoto. L'azienda è infatti partner delle Federazioni di nuoto in tutto il mondo, ed è protagonista dei principali eventi sportivi mondiali, come i Giochi Olimpici di Atlanta, Pechino, Londra e Rio de Janeiro e Campionati Mondiali ed Europei di nuoto. L'azienda è partner ufficiale World Aquatics (ex FINA) e da oltre venti anni realizza le piscine per i più importanti eventi sportivi internazionali: velocità di realizzazione, precisione nell'installazione, rispondenza alle normative, sono le caratteristiche che hanno reso Myrtha la tecnologia più scelta dalla Federazione di Nuoto per tutti i suoi eventi. Europei, mondiali, Olimpiadi e molti altri eventi sportivi rappresentano i luoghi ove ogni anno vengono realizzate piscine temporanee. Le piscine sono scelte anche dai grandi e prestigiosi **hotel** che vogliono regalare ai propri ospiti un'esperienza unica e indimenticabile. Catene di hotel come Hilton, Marriot e Accor hanno scelto di specificare le tecnologie aziendali nei loro standard di design. Ulteriore mercato è rappresentato dalle **navi da crociera**, dove la piscina è una parte indispensabile della buona riuscita della vacanza.

Oltre alla sede legale sita in Castiglione delle Stiviere (MN), l'azienda possiede sette filiali:

- Myrtha Pools Usa Inc. Florida - Usa
- Myrtha Pools Switzerland S.A. Friburgo - Svizzera
- Myrtha Contracting Usa Inc Florida - Usa
- Myrtha Pools South East Europe Doo Portorose - Slovenia
- Myrtha Pools Middle East Dubai - Eau
- Myrtha Pools India Private Limited Bangalore - India
- Myrtha Pools Brasil São Paulo – Brasile

Il mercato 2023 delle piscine per le residenze private e le strutture ricettive si sta dimostrando particolarmente dinamico in Italia. Secondo i dati del CNEL (Consiglio Nazionale dell'Economia e del Lavoro) e di Assopiscine¹, in Italia esiste un impianto ogni 850 abitanti per un totale di circa 1856 mila piscine private². Nel report dedicato di TechNavio³, società specializzata nelle ricerche di mercato, le dimensioni del mercato globale delle piscine potrebbero aumentare di 4,60 miliardi tra il 2021 e il 2026, con un tasso di crescita annuale di circa il 2,67%.

L'intensità della concorrenza viene definita dall'azienda media. A&T Spa è leader internazionale nel settore di riferimento.

2.2 Orientamenti strategici e processi di innovazione

Gli aspetti strategici ritenuti dall'azienda prioritari e legati ai processi di innovazione in atto sono i seguenti:

- **Innovazione di prodotto:** continua innovazione del prodotto offerto in base alle esigenze del mercato che si vengono a concretizzare nel tempo,
- **Innovazione di processo:** introduzione di metodi e strumenti che permettano di efficientare i processi produttivi interni,

¹ <https://www.assopiscine.it/>

² <https://www.professionepiscina.com/blog/sempr-piu-italiani-si-fanno-la-piscina>

³ https://www.researchandmarkets.com/s/technavio?gclid=EAlaIqObChMlrMSuvtWVggMVwgkGAB3Vzg2YEAAYASAAEgKYFvD_BwE

- **Maggiore presenza sul territorio e mercati** (sia italiano sia estero). Ricerca di nuovi mercati e potenziamento di quelli già presidiati con acquisizione di nuova clientela.

L'innovazione è ritenuta perciò fondamentale. Difatti in quasi 60 anni A&T ha imposto una svolta tecnologica nel suo mercato di riferimento, avviandosi così verso un esponenziale sviluppo mondiale. Oltre a curare la progettazione e l'installazione delle piscine vendute, l'azienda fabbrica direttamente gran parte dei componenti e degli accessori nel rispetto delle normative nazionali e internazionali.

La ricerca e l'innovazione sono all'ordine del giorno e riguardano non solo il prodotto finale e tutti i suoi accessori ma anche tutto ciò che riguarda i processi aziendali, i software, l'organizzazione e la formazione delle competenze aziendali che si devono muovere di pari passo con le esigenze di clienti, progettazione e mercati sempre in continua evoluzione.

I processi innovativi vengono sviluppati anche grazie a collaborazioni strutturate con l'università. Alcuni esempi di innovazione applicata in azienda:

- **Biofilm**: un'importante iniziativa di ricerca e sviluppo, condotta da Myrtha Pools con l'Università di Roma, ha analizzato le conseguenze, dal punto di vista igienico sanitario, dell'uso dei diversi materiali nella realizzazione di una piscina. Un'analisi da cui è emerso che i pannelli utilizzati nelle strutture Myrtha, rivestiti con PVC di colore bianco, risultano resistere maggiormente alla formazione di biofilm rispetto ai tradizionali sistemi con piastrelle e fugante e anche rispetto all'acciaio inossidabile saldato,
- **Fluidodinamica Computazionale (CFD)**: lo studio della Fluidodinamica Computazionale (CFD) nell'ambito delle piscine, nata da ricerche condotte da Myrtha Pools insieme all'Università di Brescia, ha permesso di prevedere e ottimizzare la circolazione dell'acqua in una piscina prima della sua progettazione, per garantire ottime prestazioni senza interferire sulle attività dei nuotatori. Uno strumento particolarmente utile, specie in caso di piscine a forma libera dalle geometrie complesse, dove l'esperienza del progettista non è sufficiente,
- **Parete sdoppiabile**: la struttura, realizzata in Acciaio Inox, o composito di vetroresina e carbonio, viene fatta scorrere attraverso la vasca su un binario inserito nella pavimentazione esterna. Il movimento si ottiene tramite due volani in Acciaio Inox posizionati alle estremità del ponte e collegati al sistema di scorrimento tramite un meccanismo "demoltiplicatore" a doppia catena.

I recenti investimenti effettuati in **tecnologia 4.0** sono:

- **Warehouse Management System (WMS)** - una soluzione software per la gestione del magazzino capace di adattarsi ad esigenze specifiche e assicurare il perfetto funzionamento della catena logistica. Il SW offre visibilità sull'intero inventario aziendale e consente all'azienda di ottimizzare gli sforzi, l'utilizzo dello spazio e gli investimenti in attrezzature mediante il coordinamento e l'ottimizzazione dell'uso delle risorse e dei flussi di materiali,
- **Product Lifecycle Management (PLM)** - un software che permette a team multidisciplinari e geograficamente distanti di collaborare in modo strategico con partner e clienti basandosi su dati di prodotto affidabili e aggiornati. Il software PLM è una soluzione che gestisce tutte le informazioni e i processi in ogni fase del ciclo di vita di un prodotto o di un servizio nelle supply chain globalizzate. Questo include i dati di articoli, parti, prodotti, documenti, requisiti, ordini di modifica tecnica e flussi di lavoro di qualità.

2.3 Obiettivi aziendali e ruolo della formazione

Gli obiettivi e le politiche di innovazione, come descritto, sono molteplici, pertanto la formazione è una leva strategica dell'azienda per poter perseguire le strategie decise, facendo acquisire internamente le competenze necessarie per poter attuare le azioni pianificate.

Nello specifico del piano esaminato, essendo l'unica tematica trattata la conoscenza della lingua inglese, questa si va a legare alla necessità di presidiare i numerosi mercati internazionali su cui l'azienda opera come *global player* e quindi assicurarsi che i processi comunicativi e commerciali avvengano in maniera efficiente ed efficace.

Sia per la realtà aziendale a forte carattere internazionale, sia per un globale miglioramento dei rapporti con la clientela estera, perfezionare l'uso della lingua inglese è ritenuto quindi elemento imprescindibile per garantire una posizione forte sul mercato.

Pertanto l'obiettivo del percorso formativo che l'azienda ha svolto è stato quello di una formazione completa e altamente professionalizzante nell'uso della lingua inglese del personale coinvolto e di conseguenza un miglioramento nei rapporti con l'estero; oltre all'incremento della motivazione nei discenti.

2.4 Considerazioni riepilogative

A&T, con i suoi due marchi conosciuti a livello mondiale, è azienda leader nel settore delle piscine. Le innovazioni in azienda sono continue, sia di prodotto sia di processo sia organizzative. La formazione dei dipendenti è una leva strategica per la corretta attuazione delle politiche aziendali in continuo divenire.

I mercati internazionali presidiati coprono quasi tutto il globo, pertanto le relazioni con interlocutori esteri sono quotidianità. L'inglese, quale lingua veicolare, diventa perciò strumento fondamentale per il mantenimento e l'allargamento dei mercati e per lo svolgimento quotidiano dei processi interagendo con fornitori, clientela, fino alle realtà istituzionali internazionali organizzatrici di eventi a risonanza mondiale. La partecipazione a numerosi progetti internazionali rafforza tale necessità.

L'insegnamento ed il perfezionamento delle competenze linguistiche perciò rappresentano un importante tassello in un piano complessivo annuale di formazione delle risorse umane predisposto dagli uffici interni grazie alla forte attenzione dell'azienda verso la formazione.

3 IL PIANO FORMATIVO

3.1 L'analisi del fabbisogno, metodologie e risultati

Un elemento positivo rilevato è dato da l'analisi del fabbisogno formativo del personale la quale viene svolta internamente in maniera periodica e strutturata.

A inizio anno vengono distribuite le c.d. VCC (**Valutazione delle Competenze e dei Comportamenti**), schede di valutazione compilate in sede di colloquio tra responsabile e collaboratore e in seguito restituite alla funzione HR. Da tali schede i fabbisogni formativi vengono rilevati, valutati e, qualora approvati, vengono inseriti nel piano formativo aziendale dell'anno di riferimento.

Questo processo permette di rilevare in maniera sistematica i gap formativi presenti in azienda e pianificare i percorsi necessari per potenziare le competenze mancanti/carenti.

La formazione inclusa nel piano presentato a Fondimpresa è stata **trasversale all'azienda**, in quanto ha coinvolto ogni funzione aziendale e soggetti dai ruoli più svariati. Le aree principali che sono state coinvolte sono: uffici commerciali e acquisti, amministrazione, ufficio tecnico, marketing.

Sono state scelte **figure di elevata specializzazione** per un totale di **38 partecipanti**, figure tecniche ed impiegati esecutivi. Nello specifico: ingegneri, architetti, impiegati tecnici, impiegati ufficio marketing, impiegati

ufficio acquisti, addetti alla contabilità. La principale ragione per cui sono stati scelti è la necessità di migliorare le proprie competenze di lingua inglese per interfacciarsi con fornitori, clienti o consulenti esterni.

Per il piano è stato siglato un accordo sindacale tra azienda e le RSU presenti in azienda e per tutte le sedi coinvolte. L'accordo ha riguardato l'articolazione del progetto formativo con il dettaglio delle azioni, la metodologia didattica e l'orario di svolgimento dei corsi. Le parti hanno sottoscritto l'atto convenendo che il progetto formativo presentava notevole valenza per i lavoratori coinvolti ed esprimendo la comune volontà di darne attuazione.

3.2 Il processo formativo dalla progettazione alla valutazione degli esiti

La progettazione è stata svolta internamente come risultate della rilevazione dei fabbisogni effettuata in precedenza alla presentazione del piano al Fondo.

E' sempre prevista una procedura interna per i vari passaggi dei percorsi formativi da svolgere in azienda.

- I corsi vengono svolti a gruppi: il docente esegue un incontro preliminare con i soggetti che la funzione HR ha pianificato di coinvolgere, in modo da approfondire l'esigenza del singolo, inserirlo in un gruppo coeso e condurlo ai risultati prefissati (un miglioramento delle competenze ed eventualmente un avanzamento di livello),
- Per ogni azione formativa viene richiesto al docente un programma, assieme all'indicazione dei libri di testo e ad eventuale materiale aggiuntivo (sia in formato cartaceo, sia digitale).
- I corsi si svolgono in aula, in date e orari adattati in base alla disponibilità dei discenti. Qualora vi sia impossibilità per uno o più di essi a presenziare alle lezioni, si valuta un cambio di orario.

L'azienda eroga ogni anno corsi di inglese, ruotando il personale per dare la possibilità a chiunque abbia necessità di migliorare le proprie competenze linguistiche.

Qualora le modalità formative risultino inadatte per il discente, si valutano modalità diverse di apprendimento. Solitamente, dopo ogni corso, la funzione HR diffonde dei moduli utili a rilevare le impressioni dei partecipanti su docente e intervento. Nel caso dei corsi di inglese, invece, avvengono colloqui orali.

Al momento, l'unico sistema di valutazione degli apprendimenti è la supervisione del responsabile che, nel caso in cui rilevasse difficoltà o lacune da colmare, può avanzare richiesta di nuovo intervento, o di far proseguire il precedente.

Entrando nello specifico del Piano esaminato, in merito alle metodologie adottate è stato rilevato lo svolgimento prevalente mediante lezioni frontali, per l'apprendimento della grammatica, e dibattiti a tematica varia per il miglioramento delle competenze a livello orale.

La Responsabile HR ritiene che tali modalità siano risultate efficaci, in quanto gli ambiti sono sempre scelti in base all'utilizzo nella pratica lavorativa (es. un impiegato tecnico a cui viene chiesto frequentemente di preparare presentazioni di prodotto, durante le lezioni verrà spronato ad esercitarsi principalmente sulle competenze di *public speaking*). Anche l'argomento dei dibattiti viene adattato alle caratteristiche dei discenti, spaziando da temi attuali su cui ognuno può dare la propria opinione, a situazioni più specifiche, ad esempio un impiegato ufficio acquisti che deve esprimere il proprio scontento al fornitore per della merce non conforme.

Le 38 persone formate sono state suddivise in gruppi omogenei per livello di conoscenza linguistica con una durata media di corso di 24 ore, andando da corso livello base sino ad avanzato.

Si rileva soddisfazione nei confronti del docente, con cui è attivata una collaborazione duratura. Suoi punti di forza indicati sono la puntualità e la preparazione, elementi che hanno condotto sempre a un miglioramento nelle competenze dei dipendenti coinvolti.

3.3 Considerazione riepilogative

Il Piano svolto ha previsto lo svolgimento di percorsi di lingua inglese per 38 figure specializzate afferenti ad una pluralità di uffici e che normalmente la utilizzano per interagire con l'estero. La conoscenza di questa lingua veicolare è fondamentale per il corretto presidio dei processi in atto con la clientela, i fornitori ed in generale coi mercati internazionali.

L'azienda svolge positivamente attività di rilevazione dei gap interni in maniera continuativa e ha prodotto una procedura dei vari *steps* per l'organizzazione e lo svolgimento dei percorsi così come ha adottato un sistema di valutazione (seppur informale) delle competenze acquisite dai partecipanti.

I corsi di lingua sono inseriti in un piano generale della formazione e vengono organizzati periodicamente dando la possibilità a tutto il personale di poterne usufruire, denotando l'importanza che l'azienda pone nel potenziamento delle proprie risorse interne.

La progettazione delle azioni formative è risultata pienamente coerente con le esigenze individuate in sede di analisi dei fabbisogni ed ai livelli di conoscenza linguistica rilevati per i partecipanti incontrando pienamente le esigenze aziendali.

4 L'IMPATTO DELLA FORMAZIONE

4.1 L'impatto della formazione

Come già illustrato l'azienda dà molta importanza alla formazione del personale, dando perciò annualmente alla luce un programma formativo derivante dalle analisi dei fabbisogni interne.

Si specifica come durante il periodo di covid l'azienda abbia adottato una policy di *Smart Working* in ottica anche di un miglioramento del *work-life balance*. E' stato svolto molto tutoring relativamente a nuovi strumenti di lavoro e alla digitalizzazione dei servizi: riunioni di lavoro online (ad es. come utilizzare correttamente Teams per le videochiamate), archivi digitali (ad es. sharepoint per la gestione e condivisione dei documenti), individuando perciò alcune esigenze formative in precedenza non percepite come proprietarie.

L'azienda adotta procedure specifiche per la rilevazione della soddisfazione dei partecipanti e per poter valutare l'efficacia dei corsi in termini di impatto sui processi produttivi toccati.

Al fine di rilevare e misurare i benefici della formazione rispetto ai costi sostenuti vengono utilizzati i questionari valutativi, i colloqui interni e le VCC – schede di valutazione delle competenze e dei comportamenti. Mediante tali strumenti e metodi l'azienda riesce a comprendere chiaramente quanto i singoli percorsi abbiano avuto un ritorno positivo in rapporto alla spesa sostenuta.

A seguito della partecipazione ai corsi di inglese del piano in oggetto è stato riscontrato un miglioramento del livello di competenza linguistica per coloro che hanno beneficiato della formazione e quindi un impatto positivo sulle modalità di svolgimento del lavoro per le persone coinvolte.

Sono state registrati miglioramenti sensibili nelle interazioni verbali e scritte del personale coinvolto con gli interlocutori esteri ed un maggiore coinvolgimento delle persone negli attuali processi.

I partecipanti affermano come abbiano percepito chiaramente un miglioramento nell'espressione orale. E' stata inoltre riscontrata una maggiore sicurezza nell'affrontare alcuni tipi di situazioni, come ad esempio le chiamate verso l'estero, con miglioramento nel livello della conversazione.

Un aspetto particolarmente apprezzato è stata la parte pratica svolta nel corso dalla docente. Avendo a che fare con mercati anglofoni e trattandosi spesso di chiamate o videochiamate, è stato fondamentale mettere in pratica la parte di colloquio. Sono state coinvolte inoltre persone che non operano su mercati anglofoni e che quindi operano in altre lingue (ad es. francese). Questi hanno espresso il gradimento per l'attività formativa svolta motivandolo, oltre all'arricchimento del bagaglio culturale personale, con il fatto che operando su progetti molto spesso questi sono in inglese e quindi la sua conoscenza corretta è elemento imprescindibile per un corretto svolgimento delle attività assegnate.

Un altro elemento particolarmente apprezzato è lo svolgimento di frequenti dibattiti di gruppo, realizzati ad hoc sulla base delle esigenze dei partecipanti. Secondo il punto di vista di un partecipante ad esempio, tali momenti di confronto sono utili non solo a migliorare le competenze di ascolto e di comunicazione, ma anche a mantenere il livello raggiunto ed allenarsi con costanza, per potersi confrontare senza difficoltà con l'interlocutore.

4.2 Considerazioni riepilogative

L'azienda, operando sul mercato mondiale, ha necessità di garantire un livello adeguato di competenze linguistiche ai propri dipendenti. La mancanza di una politica formativa interna di tale tipo comporterebbe serie problematiche nello svolgimento dei processi aziendali, impattando negativamente sul complesso delle attività.

Pertanto l'impatto sull'azienda e sul miglioramento dei suoi processi può considerarsi un dato pianificato a seguito di piani formativi definiti al proprio interno.

Molto positiva la percezione dei partecipanti i quali percepiscono un impatto significativo in termini migliorativi sulle mansioni svolte.

Il fatto che l'azienda operi una rotazione annuale per la partecipazione a tale tipologia di corsi denota la volontà della dirigenza di conseguire un incremento generale delle competenze per la totalità dei dipendenti in forza.

In sintesi i risultati attesi e gli obiettivi previsti sono stati raggiunti come:

- livello di partecipazione alle azioni formative,
- competenze maturate dai partecipanti,
- grado di soddisfazione di partecipanti e dei referenti aziendali.

Si può pertanto concludere affermando che il piano ha conseguito pienamente il proprio scopo, conseguendo il positivo impatto programmato sugli uffici e processi coinvolti.

5 CONCLUSIONI

5.1 Gli elementi e/o i fattori che hanno influito positivamente sulla formazione

Gli elementi e i fattori che hanno influenzato la formazione svolta vengono riportati nella seguente analisi SWOT.

Punti di forza • Forte attenzione dell'azienda verso le politiche formative • Ufficio interno per le RU strutturato • Sistema interno di rilevazione dei gap formativi • Piano di formazione annuale • Dibattiti di gruppo interni come metodo di condivisione della conoscenza e rilevamento delle esigenze • Rapporto consolidato con la docenza coinvolta	Punti di debolezza • Non ne sono stati individuati
Opportunità • Personalizzazione dei metodi formativi in base alle caratteristiche del discente • Miglioramento del metodo di rilevazione degli apprendimenti	Rischi • Non ne sono stati individuati

Figura.1: analisi SWOT percorsi formativi

In generale il piano formativo svolto presenta numerosi punti di forza.

In azienda è presente un clima particolarmente favorevole allo svolgimento di attività formative percepite come leva fondamentale per l'attuazione corretta dei processi lavorativi interni. Questo si sostanzia nell'adozione di metodi e strumenti di rilevazione che portano alla definizione di un piano formativo annuale rispondente alle esigenze aziendali e a colmare le carenze in termini formativi rilevate.

La formazione svolta risponde perciò ad esigenze aziendali ben delineate dalla rilevazione dei fabbisogni formativi svolta internamente con cadenza annuale, andandosi ad inserire in un processo generale di potenziamento delle competenze mirate a presidiare e gestire i mercati internazionali. Il processo di formazione delle classi e l'omogeneità dei livelli di competenza dei partecipanti è inoltre un fattore sicuramente impattante sull'efficacia della didattica complessiva.

I contenuti formativi linguistici e il taglio pratico dato ai corsi dalla docente risponde concretamente a concetti di praticità e concretezza ai fini lavorativi.

Il rapporto lavorativo pluriennale instaurato con la docente coinvolta è un elemento valorizzante data la sua profonda conoscenza del contesto e delle esigenze aziendali.

Non sono stati rilevati e indicati punti di debolezza e problematiche riscontrate nello svolgimento del percorso.

5.2 Le buone prassi formative aziendali

Le buon prassi individuabili nel piano sono le seguenti:

- Analisi annuale dei fabbisogni formativi svolta all'interno dell'azienda e definizione del piano annuale di formazione,
- rapporto consolidato con la docente coinvolta e profonda conoscenza del contesto in cui operare,
- taglio pratico ed operativo dei corsi svolti,
- classi omogenee per livello di competenza in ingresso,

- svolgimento di dibattiti di gruppo durante i corsi svolti.

5.3 Conclusioni

Il Piano formativo “INGLESE 2021” è un tassello della serie di corsi in lingua organizzati in azienda.

Nella presente indagine di monitoraggio valutativo, l'impresa A&T S.p.A. ha esplicitamente dichiarato la propria soddisfazione per quanto svolto nell'ambito del percorso.

I corsi svolti, coinvolgendo figure tecniche specializzate operanti in vari uffici aziendali, si sono confermati molto efficaci nell'indurre atteggiamenti positivi dei partecipanti nello svolgimento della propria attività lavorativa, implicando un impatto positivo e peraltro atteso in termini di maggiore produttività per l'azienda nel suo complesso.

Il rapporto tra l'investimento in formazione e i risultati ottenuti in azienda è ritenuto pertanto molto positivo, inquadrando la formazione come strumento necessario per supportare i percorsi di sviluppo aziendali e poter competere in mercati complessi quali quelli presidiati.

6 BIBLIOGRAFIA/SITOGRAFIA

- Sito aziendale <https://www.piscinecastiglione.it/>
- Sito aziendale <https://www.myrthapools.com/it/>
- Sito aziendale https://www.linkedin.com/company/a&t-europe-spa?trk=public_profile_experience-group-header
- Articolo del Sole24Ore del 10 ottobre 2023 <https://www.ilsole24ore.com/art/il-turismo-traina-crescita-piscine-2024-ateso-8percento-AFuSVOBB>
- Articolo di settore 25 lug 2023 <https://www.trend-online.com/lifestyle/piscine-settore-si-conferma-in-crescita-in-italia/>
- Sito associazione di categoria <https://www.assopiscine.it/>
- Articolo di settore 21/02/2023 https://www.eurospapoolnews.com/actualites_piscines_spas-it/75856-mercato,delle,piscine,in,italia,rossana,prola,professione,acqua,2023.htm