



AZIENDA

SIMONELLI GROUP S.P.A.

Ambito Tematico Strategico

Transizione verde ed Economia circolare

**“Crescita Sostenibile e Competitività: l’impatto della
formazione strategica in Simonelli Group”**

Storia di formazione realizzata da:

Dott. Alessandro Pistagnesi – Consulente di direzione aziendale

E-mail: a.pistagnesi@gmail.com

Piano Formativo: 328461

“LA SOSTENIBILITA’ AZIENDALE”

Azione Formativa: 2793240

Conto Formazione

Sommario

1.	INTRODUZIONE	4
2.	STRATEGIE AZIENDALI E RUOLO DELLA FORMAZIONE CONTINUA	6
2.1.	Breve profilo dell'azienda e del settore	6
2.2.	Orientamenti strategici e processi di innovazione	9
2.3.	Obiettivi aziendali e ruolo della formazione	10
2.4.	Considerazioni riepilogative	10
3.	IL PIANO FORMATIVO	12
3.1.	L'analisi del fabbisogno, metodologie e risultati	12
3.2.	Il processo formativo dalla progettazione alla valutazione degli esiti	13
3.3.	Considerazione riepilogative	13
4.	L'IMPATTO DELLA FORMAZIONE	15
4.1.	L'impatto della formazione	15
4.2.	Considerazione riepilogative	15
5.	CONCLUSIONI	17
5.1.	Gli elementi e/o i fattori che hanno influito positivamente sulla formazione	17
5.2.	Le buone prassi formative aziendali	19
5.3.	Conclusione	21
	SCHEDA SINTETICA	24

1. INTRODUZIONE

La Simonelli Group rappresenta un caso emblematico di come la formazione aziendale possa essere un motore di innovazione e sostenibilità. La scelta di monitorare e analizzare la storia formativa di questa azienda è motivata dalla sua adesione all'**ambito tematico strategico "Transizione verde ed Economia circolare"**, un pilastro del Programma Operativo 2024 di Fondimpresa. Simonelli Group ha dimostrato un forte impegno nell'affrontare sfide globali come la tutela della biodiversità, la decarbonizzazione, la riduzione dell'inquinamento e la digitalizzazione green.

La decisione di **Simonelli Group S.P.A.** di realizzare un corso intitolato "*La sostenibilità Aziendale*", finanziato attraverso i fondi **Fondimpresa**, nasce da una serie di motivazioni strategiche, operative e normative. Tale iniziativa si inserisce in un contesto di crescente attenzione globale verso la sostenibilità ambientale, economica e sociale, riconosciuta oggi come elemento cardine per il successo aziendale e la competitività di lungo termine. Simonelli Group ha dimostrato un forte impegno nell'affrontare sfide globali come la tutela della biodiversità, la decarbonizzazione, la riduzione dell'inquinamento e la digitalizzazione green.

La formazione sul tema della sostenibilità ha consentito a Simonelli Group di integrare queste linee guida nei propri piani aziendali, rispondendo efficacemente sia alle esigenze del mercato sia alle aspettative degli stakeholder.

Con il rafforzarsi delle normative europee in ambito ambientale, come quelle relative ai **criteri ESG** (Environmental, Social, Governance) e agli obblighi di rendicontazione non finanziaria (direttiva CSRD), le aziende sono chiamate a dimostrare il proprio impegno verso modelli produttivi sostenibili. Per Simonelli Group, un'azienda con un forte posizionamento internazionale, ciò significa:

- Prepararsi a rispettare standard globali di sostenibilità.
- Anticipare le richieste dei mercati e dei partner commerciali, sempre più orientati verso fornitori che adottano politiche responsabili.

Il corso mirava quindi a fornire ai dipendenti le competenze necessarie per gestire queste sfide, migliorando i processi aziendali e promuovendo una cultura interna orientata alla sostenibilità.

Simonelli Group è una realtà leader nel settore delle attrezzature professionali per caffè, un settore in cui l'innovazione e la sostenibilità sono fattori chiave per la competitività. Attraverso il corso, l'azienda aveva come obiettivi:

- **Rafforzare il proprio brand** come azienda responsabile e sostenibile.
- Migliorare la **gestione delle risorse** (materiali, energia, acqua) attraverso processi più efficienti.
- Supportare l'implementazione di un **modello di economia circolare**, ad esempio attraverso la progettazione di prodotti durevoli e riciclabili.

Questa iniziativa formativa non è stata solo un'opportunità di crescita per i dipendenti, ma anche un investimento strategico che per allineare l'azienda agli standard globali richiesti dai clienti e dai mercati.

L'adozione del corso è stata possibile grazie ai fondi messi a disposizione da Fondimpresa attraverso il Piano **Conto Formazione** e l'azione formativa con ID **2793240**, per lo sviluppo di competenze quali:

- Potenziare le competenze del capitale umano.
- Migliorare la **sostenibilità finanziaria e organizzativa** delle aziende, aiutandole ad affrontare le sfide dell'economia green.

Utilizzare tali fondi ha consentito a Simonelli Group di formare il personale senza gravare eccessivamente sui bilanci aziendali, garantendo comunque un alto livello qualitativo delle attività formative.

I Benefici diretti sono stati:

- **Crescita delle competenze specifiche del personale:** La formazione ha consentito di fornire ai dipendenti strumenti pratici per implementare soluzioni sostenibili in tutte le aree operative dell'azienda.
- **Miglioramento della governance aziendale:** Aumentando la consapevolezza e la conoscenza dei dipendenti su temi di sostenibilità, Simonelli Group oggi può adottare decisioni strategiche più informate e mirate.

Benefici indiretti:

- **Maggiore competitività sul mercato:** Un impegno chiaro verso la sostenibilità rafforza la reputazione aziendale, aumentando il valore percepito dai clienti.

- **Ottimizzazione dei costi:** Pratiche sostenibili possono ridurre i costi operativi attraverso il risparmio energetico, la gestione efficiente delle risorse e la riduzione degli sprechi.

Uno degli aspetti più importanti del corso *“La sostenibilità Aziendale”* è stato la promozione di una **cultura aziendale orientata alla sostenibilità**. Questo processo include:

- Il coinvolgimento di tutti i livelli organizzativi, dai dirigenti ai dipendenti operativi.
- La diffusione di una visione condivisa in cui la sostenibilità diventa parte integrante del **DNA aziendale**.

Il corso *“La sostenibilità Aziendale”* ha rappresentato per Simonelli Group un passo fondamentale per affrontare le sfide della sostenibilità in un contesto sempre più competitivo e regolamentato. Grazie ai fondi Fondimpresa, l'azienda ha formato i propri dipendenti, ha innovato i processi interni e rafforzato il proprio ruolo di leader responsabile nel settore delle attrezzature professionali. Questo approccio non solo ha migliorato le performance aziendali, ma ha creato valore per tutti gli stakeholder, dai clienti ai partner commerciali.

2. STRATEGIE AZIENDALI E RUOLO DELLA FORMAZIONE CONTINUA

2.1. Breve profilo dell'azienda e del settore

Simonelli Group, nata come piccola officina nel 1936, è oggi un'icona dell'industria delle macchine da caffè professionali. La storia di questa azienda marchigiana inizia a Cessaplaombo, quando il fondatore Orlando Simonelli costruisce la sua prima macchina per caffè espresso, una novità tecnica che colpisce subito per l'abilità di preparare caffè di alta qualità in pochi secondi. Da allora, Simonelli Group ha percorso una strada fatta di sfide e grandi cambiamenti, conservando l'artigianalità e puntando su innovazioni mirate, come la precisione termica delle sue macchine, il controllo della pressione, e la regolazione dell'erogazione, caratteristiche fondamentali per garantire un caffè perfetto.

Un passaggio cruciale per Simonelli Group avviene a cavallo degli anni '60' e '70, quando, a seguito della scomparsa di Orlando, quattro dipendenti decidono di rilevare l'attività per garantirgli un futuro. L'azienda cambia denominazione in Nuova Simonelli per rimarcare il passaggio di proprietà e si avvia verso una nuova fase caratterizzata dall'espansione commerciale in nuovi mercati, inclusi Stati Uniti, Canada, Medio Oriente, Far East, Australia ed Europa. L'azienda comincia così ad affermarsi nei principali mercati internazionali grazie alla tecnologia avanzata e al design ricercato dei suoi prodotti. Il marchio Nuova Simonelli diviene sinonimo di qualità e affidabilità nel settore delle macchine da caffè, consolidando l'immagine di eccellenza industriale italiana.

Nel 2001 l'azienda rileva Victoria Arduino, marchio storico e di alto prestigio, attraverso cui riesce a penetrare nuovi emergenti segmenti di mercato. In quegli stessi anni la Nuova Simonelli avvia i primi progetti di studio per macchine più sostenibili attraverso la collaborazione con l'Università Politecnica delle Marche con cui vengono fatte le prime analisi LCA sul prodotto.

Nel 2009 l'alta tecnologia delle macchine di Simonelli viene celebrata anche dal campionato mondiale dei baristi (World Barista Championship) scegliendola come macchina ufficiale dei campionati.

Nel 2016, l'azienda ha fondato con l'Università di Camerino l'International Hub for Coffee Research and Innovation, un centro di ricerca scientifica sul caffè ed i suoi derivati che, oltre alla ricerca, svolge anche un ruolo educativo, accogliendo baristi, tecnici ed esperti del caffè da tutto il mondo. Questo centro rappresenta un'importante risorsa per migliorare e diffondere la cultura dell'espresso, offrendo anche strumenti per l'analisi del caffè e lo sviluppo di nuove tecnologie.

Simonelli Group ha sempre creduto nell'importanza del legame col territorio, anche in contesti difficili, come quello del terremoto del 2016 che ha colpito le Marche, quando ha deciso di reinvestire nella propria sede a Belforte del Chienti, realizzando il nuovo centro direzionale di 3.000mq. Questa scelta non solo sottolinea il legame dell'azienda con il territorio, ma le consente anche di offrire supporto alla comunità locale, generando opportunità lavorative sia dirette che indirette attraverso una rete di partner e fornitori.

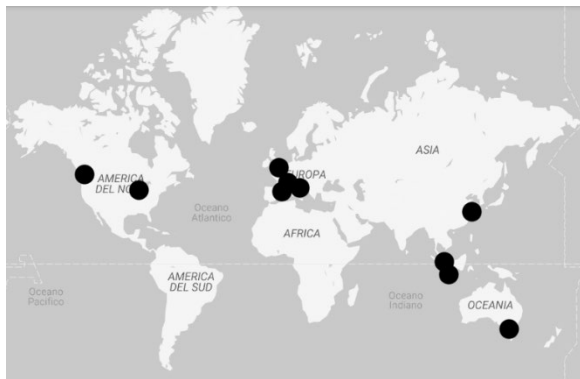
La forte crescita registrata dall'azienda gli ha imposto nel 2017 un riassetto organizzativo e di governance a seguito del quale si trasforma in Simonelli Group S.p.A. in cui confluiscono le attività di Nuova Simonelli, capeggiata dalla holding OMT Belforte S.r.l., che oggi controlla Simonelli Group S.p.A. al 100% insieme ad altre società del gruppo. La fisionomia di Simonelli Group è il risultato di un lungo percorso iniziato tra le colline marchigiane e portato avanti da persone accomunate dalla stessa passione e dallo stesso impegno.

La visione "Crediamo in un mondo in cui l'innovazione nasce dalla creatività e porta saggezza, per una crescita che rafforzi l'etica, valorizzi il lavoro e i territori, rispetti l'ambiente."

La missione "Uniamo passione e dedizione, creatività e ingegno, per consentire ai nostri clienti di distillare in una tazzina il loro miglior potenziale. Lo facciamo con un approccio da laboratorio e da officina, applicando la ricerca alla progettazione, realizzando macchine innovative e sostenibili, ergonomiche e altamente performanti, solide ma dal design sofisticato. Dalle Marche al resto del mondo, per portare ovunque la cultura del caffè."

Sul piano internazionale, Simonelli Group ha ampliato la propria presenza con filiali e centri di distribuzione, puntando a una strategia di export che oggi rappresenta il 96% del suo fatturato totale, raggiungendo 130 paesi. Negli ultimi anni, il gruppo ha lanciato innovazioni come le macchine a basso impatto energetico e con componenti riciclabili, rispondendo alla crescente richiesta di soluzioni eco-compatibili nel settore.

Figura 1 - Simonelli Group nel mondo



Con oltre ottanta anni di storia alle spalle, Simonelli Group non solo è diventata un simbolo dell'eccellenza italiana nel mondo del caffè, ma continua ad evolversi, puntando ad anticipare le tendenze del settore. La sua crescita a livello internazionale è una dimostrazione di come un'azienda possa combinare tradizione, innovazione e responsabilità socio-ambientale per raggiungere il successo globale.

Simonelli Group è uno dei principali produttori al mondo di macchine per caffè espresso, con una gamma che copre una vasta varietà di modelli, ideati per rispondere alle esigenze di bar, caffetterie, ristoranti e, in misura crescente, anche dei

baristi professionisti più esigenti e dei coffee shop di alta gamma. I prodotti di Simonelli Group, distribuiti attraverso i brand "Nuova Simonelli" e "Victoria Arduino", si concentrano su diverse tipologie di clienti e occasioni d'uso: dalle macchine semiautomatiche e manuali di design sofisticato alle automatiche ad alta tecnologia, ogni linea offre soluzioni mirate per ottimizzare l'estrazione del caffè.

I prodotti a marchio "Nuova Simonelli" sono noti per le elevate prestazioni e la facilità d'uso, perché sono progettati per essere affidabili e facili da usare anche in ambienti di alta affluenza. Tra i modelli più popolari vi è la "Appia Life", una macchina ergonomica e sostenibile, e la "Aurelia Wave", nota per il controllo avanzato della temperatura e della pressione, elementi chiave per garantire una qualità di estrazione costante. "Victoria Arduino", il marchio di fascia alta, è invece celebre per il suo design e per l'alta tecnologia: i modelli come la "VA388 Black Eagle" sono stati ideati per rispondere alle esigenze delle competizioni di baristi e offrono un controllo preciso sui parametri di estrazione del caffè, rendendoli ideali per i coffee shop di alto livello e i professionisti del caffè specialty.

Simonelli Group ha sviluppato una strategia di internazionalizzazione, che gli ha permesso di conseguire una forte presenza in 130 Paesi attraverso una capillare rete di distribuzione composta da filiali, centri di distribuzione e centri di assistenza.

Simonelli Group associa alla produzione di macchine anche servizi qualificati di assistenza e di formazione per baristi e tecnici e operatori. L'azienda ha aperto nel 2023 il Campus, uno spazio di 1000mq interamente dedicato a queste attività ed ha creato il "Coffee Knowledge Hub", una piattaforma di e-learning evoluta per formare operatori professionisti del settore di tutto il mondo. L'azienda organizza corsi su misura, volti a insegnare le tecniche di estrazione e di manutenzione delle macchine, un aspetto essenziale per mantenere la qualità del servizio nei coffee shop di alto livello.

L'azienda ha il suo quartier generale e il principale stabilimento produttivo a Belforte del Chienti, nelle Marche, Italia. Questa sede è centrale per le operazioni aziendali e impiega circa 150 dipendenti locali, oltre a collaborare con numerose aziende fornitrici del territorio. Simonelli Group opera in un evoluto stabilimento di produzione di 10.000 mq, strutturato in sei linee di assemblaggio, ognuna con una propria area di test e collaudo. Lo stesso stabilimento ospita il magazzino delle materie prime e dei componenti utili alla produzione. Nel 2021 è stato attivato un centro logistico di 6.000 mq dedicato a tutta la logistica in out-bond. L'innovativo centro direzionale di 3.000 mq è stato inaugurato nell'ottobre 2017, ed è equipaggiato delle più moderne tecnologie di domotica per garantire un ambiente confortevole, con un basso impatto ambientale e con tutte le infrastrutture utili alle attività aziendali. Oltre agli uffici ed alle sale riunioni, esso include due ampi show-room per i due brand, uno spazioso e moderno auditorium da 80 posti ed un'area digital per realizzare filmati e videoconferenze con i clienti. Nel 2023 è stato inaugurato il Campus Simonelli Group, con un'area di 1.000 mq dedicata alla formazione, alla ricerca, all'open innovation e alla cultura di impresa, con l'obiettivo di promuovere la conoscenza e la crescita del territorio e della sua comunità. Il Campus, inaugurato nel gennaio 2023, è l'espressione della vocazione di Simonelli Group per la relazione ed il coinvolgimento diretto di collaboratori, comunità e mercati. Lo spazio è suddiviso in aree specializzate: 1- Area Ricerca e Innovazione, che ospita il RICH (Research and Innovation Coffee Hub), un centro dedicato agli studi e alle ricerche sul caffè (per ulteriori dettagli, si veda la sezione Ricerca scientifica); 2-Area Formazione, che ospita aule attrezzate per accogliere corsi sul caffè (Roasting, Sensory, Brewing, Barista, etc.) e

corsi specifici sul funzionamento e la manutenzione delle macchine da caffè; 3-Area Networking, uno spazio dedicato a incontri ed eventi in cui ‘fare impresa’ e ‘fare cultura’ diventano un unicum in continua evoluzione.

Con l’espansione internazionale, l’azienda ha aperto filiali commerciali nei principali mercati: nel 1993 la prima filiale negli Stati Uniti a Ferndale, stato di Washington, per servire il mercato americano. Nel 2014 ha aperto la filiale a Singapore per meglio presidiare il crescente mercato asiatico e fornire supporto e formazione ai partners locali. Nel 2018 è stata aperta la filiale francese a Lione, nel 2019 quella inglese a Londra. Nel 2023 sono state aperte le filiali in Germania ed in Australia, mentre nel 2024 sono state aperte le filiali a Dubai e in Cina (Shangai). Oltre agli stabilimenti, Simonelli Group gestisce anche Experience Labs in varie città, dove i clienti possono interagire con i prodotti e partecipare a corsi di formazione specializzati. Queste sedi globali contribuiscono a rafforzare la rete di assistenza e formazione per i clienti internazionali, rendendo l’azienda un punto di riferimento nel settore delle macchine da caffè di alta qualità.

Il settore delle macchine da caffè professionali è in crescita costante, con un’espansione significativa prevista per i prossimi anni. Questa crescita è trainata principalmente dall’aumento della domanda di caffè di alta qualità, soprattutto nei mercati commerciali, come caffetterie, ristoranti e uffici. La cultura del caffè è in espansione a livello globale, e si prevede che il mercato delle macchine da caffè commerciali crescerà con un CAGR del 4% dal 2024 al 2031, sostenuto da trend come la personalizzazione e la digitalizzazione delle macchine, l’automazione e una maggiore consapevolezza ambientale tra i consumatori (Fonte dati: Azienda).

In Europa e Nord America, dove il consumo di caffè è storicamente elevato, il mercato rimane molto competitivo, con una preferenza crescente per macchine dotate di tecnologie avanzate e sostenibili. Anche in Asia-Pacifico, si assiste a una rapida adozione di queste macchine grazie all’aumento di caffetterie e consumatori attenti alla qualità del caffè. I Paesi nordici e l’Europa occidentale mostrano una forte domanda di caffè gourmet e specialità, una tendenza che supporta l’adozione di macchine di alta gamma in contesti professionali.

Le sfide principali per il settore includono i costi di manutenzione elevati e le normative ambientali sempre più restrittive, che spingono i produttori a sviluppare soluzioni più sostenibili. L’innovazione tecnologica, ed in particolare le funzionalità digitali e di connettività (Bluetooth e Wi-Fi) pongono nuove sfide che si traducono in opportunità per le aziende che, come Simonelli Group, riescono a sfruttarle opportunamente.

L’intensità della concorrenza nel settore delle macchine da caffè professionali è elevata e caratterizzata da una competizione globale tra marchi consolidati e nuovi entranti che puntano su innovazioni e tecnologie avanzate. Simonelli Group compete con leader globali, oltre a diverse aziende italiane e internazionali specializzate nella produzione di macchine per caffè di alta qualità per ambienti commerciali. La differenziazione di prodotto è essenziale, poiché le preferenze del consumatore finale si stanno spostando verso macchine dotate di funzionalità avanzate, come il controllo remoto, la personalizzazione delle bevande e l’efficienza energetica.

Un altro elemento di competitività è la sostenibilità: i consumatori sono sempre più attenti all’impatto ambientale, il che spinge i produttori a investire in soluzioni di produzione ecocompatibili e in materiali durevoli e riciclabili. Ciò aumenta la pressione per le aziende, costringendole a bilanciare l’innovazione tecnologica con l’adozione di pratiche sostenibili.

In aggiunta, l’espansione globale della cultura del caffè, in particolare nei mercati emergenti come Asia-Pacifico e Medio Oriente, ha intensificato la competizione per guadagnare quote di mercato. In questi mercati, le aziende devono fronteggiare non solo la concorrenza dei grandi produttori, ma anche quella di player locali e regionali che possono offrire prodotti a prezzi competitivi.

Per differenziarsi, Simonelli Group investe in ricerca e sviluppo, cercando di migliorare l’esperienza d’uso e di offrire valore aggiunto con soluzioni di formazione e assistenza tecnica, settori in cui Simonelli ha sviluppato una forte rete internazionale.

Il posizionamento di Simonelli Group nel settore delle macchine per caffè è caratterizzato da un forte riconoscimento internazionale e dalla reputazione di alta qualità e innovazione. L’azienda è conosciuta per le sue macchine da caffè espresso di fascia alta, operando sotto due marchi principali: Nuova Simonelli e Victoria Arduino.

Simonelli Group combina funzionalità e design accattivante, con un focus particolare sull’efficienza energetica e sull’esperienza dell’utente. Le macchine sono progettate per essere sia performanti che esteticamente gradevoli, rispondendo così alle esigenze di baristi e consumatori moderni.

L'azienda si distingue anche per il suo impegno nella formazione dei baristi e nel supporto tecnico. Ha sviluppato piattaforme digitali come "DOSE" e "Coffee Knowledge Hub", che offrono formazione e assistenza tecnica, mirate a migliorare le competenze dei professionisti del settore.

La Simonelli Group ha investito in ricerca, collaborando con centri universitari come l'Università di Camerino, Università Politecnica delle Marche, POLIMI, ... per migliorare continuamente la qualità del caffè e dei prodotti offerti. Questo approccio scientifico alla qualità del caffè si riflette nell'impegno a migliorare non solo le macchine, ma anche l'intero processo dalla coltivazione alla preparazione.

Il mercato delle macchine per caffè espresso è altamente competitivo, con numerosi attori che si contendono una fetta sempre più ampia. Simonelli Group, con i suoi marchi Nuova Simonelli e Victoria Arduino, è sicuramente uno dei leader, ma non è solo.

Punti di forza di Simonelli Group:

- **Multi-brand:** La presenza di più marchi (Nuova Simonelli e Victoria Arduino) permette di coprire un ampio spettro di esigenze e di competere su diversi segmenti di mercato.
- **Innovazione:** Simonelli Group investe costantemente in ricerca e sviluppo ed è considerato un trend-setter, introducendo nuove tecnologie e soluzioni sempre innovative.
- **Qualità:** I prodotti Simonelli sono riconosciuti per la loro alta qualità e affidabilità.
- **Globalizzazione:** L'azienda ha una presenza significativa a livello internazionale, con una rete di distribuzione capillare.
- **Partnership con il mondo della competizione:** La collaborazione con il World Barista Championship ha contribuito a rafforzare l'immagine di Simonelli Group come marchio innovativo e performante.

In conclusione, il mercato delle macchine per caffè espresso è altamente competitivo e in continua evoluzione. Simonelli Group ha sicuramente un ruolo di primo piano, ma deve continuare a investire in innovazione, qualità e marketing per mantenere la sua posizione di leadership.

2.2. Orientamenti strategici e processi di innovazione

I principali obiettivi strategici della Simonelli Group si concentrano su diversi aspetti chiave che mirano a garantire una crescita sostenibile e una posizione di leadership nel settore delle macchine da caffè.

Innanzitutto, l'azienda pone una forte enfasi sull'innovazione tecnologica. Simonelli Group si impegna a investire continuamente in ricerca e sviluppo per introdurre soluzioni all'avanguardia nei suoi prodotti. Questo impegno non solo migliora la qualità delle macchine, ma consente anche ai clienti di accedere a tecnologie che soddisfano le crescenti aspettative del mercato.

Un altro obiettivo fondamentale è la sostenibilità. Simonelli Group ha adottato un approccio integrato alla sostenibilità, mirando a ridurre l'impatto ambientale lungo l'intera catena di produzione. L'azienda cerca di implementare pratiche responsabili, sia nella produzione che nella progettazione dei suoi prodotti, per rispondere alla crescente domanda di soluzioni ecocompatibili.

Inoltre, Simonelli Group è focalizzata sulla prossimità e sull'espansione del mercato. L'azienda desidera rafforzare la sua presenza a livello internazionale, con particolare attenzione ai mercati emergenti. Questa strategia include l'apertura di nuove filiali e lo sviluppo di partnership strategiche per ampliare la sua rete di distribuzione e supporto ai clienti.

La cultura aziendale gioca anch'essa un ruolo cruciale. Simonelli Group punta a mantenere un ambiente di lavoro etico e responsabile, investendo nello sviluppo dei propri dipendenti e promuovendo iniziative che favoriscono la formazione e la crescita professionale.

Infine, l'azienda si dedica all'eccellenza operativa. Ottimizzare i processi produttivi e digitalizzare le operazioni è essenziale per garantire un alto livello di qualità nei prodotti e un servizio clienti efficiente.

In sintesi, gli obiettivi strategici di Simonelli Group si allineano con una visione chiara di innovazione, sostenibilità, espansione globale, responsabilità sociale e qualità operativa, elementi che la posizionano come leader nel settore delle macchine per caffè.

L'azienda sta investendo significativamente in questo settore, con un forte focus su tecnologie avanzate e pratiche sostenibili. La Simonelli Group sta implementando tecnologie abilitanti di Industria 4.0 per migliorare la connettività e quindi il controllo e le prestazioni operative dei propri prodotti, oltre a ridurre l'impatto ambientale. I quattro focus verso cui l'azienda ripone maggiore interesse in termini di ricerca e innovazione sono:

- A. Eco-Sostenibilità – Dalla fase di produzione alla fase operativa fino al fine vita, l'azienda si impegna a ridurre l'impatto ambientale dei prodotti attraverso la ricerca di nuove tecnologie volte al risparmio energetico, all'utilizzo di materiali riciclati e alla progettazione di prodotti disassemblabili e facilmente riciclabili a fine vita.
- B. Ergonomia e work flow – La ricerca di soluzioni tecniche che tutelano il benessere del barista e aumentano la velocità del servizio, garantendo al contempo una qualità costante delle bevande, risponde alla richiesta, da parte di caffetterie e catene, di migliorare costantemente l'esperienza del consumatore. I progetti che Simonelli Group sta conducendo sono infatti rivolti a facilitare il lavoro del barista aumentando l'automatizzazione delle attività a basso valore aggiunto e semplificando al tempo stesso tutte quelle che determinano la qualità del servizio.
- C. Prestazioni estrattive – Simonelli Group da sempre si distingue per l'elevata qualità di estrazione delle sue macchine da caffè. L'azienda individua come prioritaria l'ottimizzazione del processo di estrazione per garantire bevande di altissimo livello, bilanciando gusto, aroma e cremosità. Una estrazione di caffè ottimizzata, inoltre, permette di ottenere bevande di alta qualità utilizzando grammature di caffè inferiori rispetto agli standard tradizionali.
- D. Affidabilità – Simonelli Group è impegnata nella progettazione e produzione di macchine sempre più affidabili e durevoli, per contenere l'impronta ambientale di ogni prodotto e al tempo stesso abbattere il TCO (Total Cost of Ownership).

2.3. Obiettivi aziendali e ruolo della formazione

Simonelli Group ha partecipato al Piano Formativo ID 328461 intitolato “La sostenibilità Aziendale” con l'obiettivo di rafforzare la propria strategia di sostenibilità e migliorare le performance aziendali. Questo programma si allinea con la loro visione di integrare considerazioni economiche, sociali e ambientali, un approccio già presente nella loro cultura aziendale.

Tra gli obiettivi principali, l'azienda mirava a:

- Sviluppare un Sistema di Governance Sostenibile: Attraverso la collaborazione con l'Università di Macerata, Simonelli Group ha voluto costruire un sistema di reporting e governance che tenesse conto delle best practices in materia di sostenibilità, inclusi gli standard GRI e gli SDGs delle Nazioni Unite.
- Migliorare l'Efficienza Energetica: L'obiettivo è di continuare a sviluppare soluzioni che migliorino l'efficienza energetica dei propri prodotti e processi.
- Formazione e Coinvolgimento dei Collaboratori: Un altro obiettivo chiave è stato quello di formare il personale per comprendere e applicare pratiche sostenibili. Ciò include la creazione di un team interno dedicato alla sostenibilità, che coinvolge tutti i livelli dell'organizzazione nel processo di cambiamento e miglioramento.

I vantaggi attesi dalla partecipazione a questo Piano Formativo includevano un miglioramento della reputazione aziendale, un incremento della fiducia da parte dei clienti e dei partner, e una maggiore competitività sul mercato. L'azienda si aspetta che le iniziative di sostenibilità possano tradursi in una riduzione dei costi operativi e in un aumento della qualità dei prodotti, contribuendo così a una performance aziendale complessiva migliore.

2.4. Considerazioni riepilogative

La partecipazione della Simonelli Group al Piano Formativo ID 328461, intitolato “La sostenibilità Aziendale”, ha portato a risultati significativi in diversi ambiti aziendali. Uno degli obiettivi principali era quello di integrare la sostenibilità come un asset strategico nel modello di business dell'azienda. Questo approccio ha comportato l'adozione di pratiche innovative e la collaborazione con centri di ricerca per sviluppare tecnologie e materiali che riducono l'impatto ambientale delle macchine per caffè espresso.

Grazie a questa iniziativa, Simonelli Group ha ottenuto alcuni risultati tangibili. Ad esempio, è riuscita a ridurre del 25% il consumo di energia elettrica e del 27% quello di gas. Inoltre, il ricorso a materiali plastici vergini è diminuito

del 35%, mostrando un impegno concreto verso la sostenibilità. Questi miglioramenti non solo contribuiscono alla tutela ambientale, ma anche alla riduzione dei costi operativi, rendendo l'azienda più competitiva.

Il Piano Formativo ha avuto un impatto diretto su vari processi aziendali, inclusi quelli di progettazione e produzione. Le macchine di nuova generazione sono progettate per essere più efficienti e silenziose, e utilizzano una percentuale crescente di materiali riciclabili, contribuendo così a migliorare la loro sostenibilità complessiva.

In sintesi, la partecipazione al Piano Formativo ha permesso a Simonelli Group di rafforzare il proprio impegno verso la sostenibilità, con risultati misurabili che hanno migliorato non solo le performance ambientali, ma anche l'efficienza economica dell'azienda. Questo approccio integrato alla sostenibilità è destinato a rimanere un pilastro fondamentale della strategia aziendale nel futuro.

3. IL PIANO FORMATIVO

3.1. L'analisi del fabbisogno, metodologie e risultati

L'analisi dei fabbisogni formativi della Simonelli Group per il Piano Formativo ID 328461, intitolato “La sostenibilità Aziendale”, è stata realizzata attraverso un approccio integrato che ha coinvolto diverse aree aziendali e soggetti strategici. Questo processo ha previsto la raccolta di feedback da parte dei dipendenti, delle direzioni e dei vari stakeholder per identificare le competenze necessarie per affrontare le sfide legate alla sostenibilità e all'innovazione nel settore.

In particolare, la formazione ha coinvolto:

- **Dipartimenti e Funzioni Aziendali:** Tutti i reparti, dal marketing alla produzione, sono stati consultati per comprendere le loro esigenze specifiche in relazione alla sostenibilità. Questo ha garantito che i contenuti formativi fossero pertinenti e applicabili nelle loro operazioni quotidiane.
- **Collaborazioni con Esperti:** L'azienda ha collaborato con esperti esterni e istituzioni accademiche per arricchire il programma formativo, portando così un valore aggiunto e una prospettiva fresca sui temi della sostenibilità.
- **Strumenti di Valutazione:** Sono stati utilizzati strumenti di valutazione, come sondaggi e interviste, per raccogliere informazioni sulle competenze attuali dei dipendenti e identificare le aree di miglioramento.
- **Focalizzazione sui Risultati:** La formazione non si è limitata alla teoria; sono stati pianificati casi studio e simulazioni pratiche per mettere in pratica le conoscenze apprese. Ciò ha permesso di applicare direttamente le nuove competenze al lavoro quotidiano.

L'analisi dei fabbisogni formativi della Simonelli Group, in preparazione del Piano Formativo ID 328461 intitolato “La sostenibilità Aziendale”, è stata un processo articolato e metodico, che ha avuto come obiettivo principale l'identificazione delle competenze necessarie per promuovere la sostenibilità all'interno dell'azienda. Questo approccio ha coinvolto diversi livelli e funzioni aziendali, evidenziando l'impegno dell'azienda a integrare la sostenibilità non solo come un obiettivo strategico, ma anche come un valore condiviso tra tutti i dipendenti.

L'analisi ha portato a risultati significativi, tra cui:

- **Identificazione di Fabbisogni Inaspettati:** Sono emerse esigenze formative che inizialmente non erano state considerate, come la necessità di sviluppare competenze in gestione delle risorse naturali e l'adozione di tecnologie innovative per migliorare la sostenibilità operativa.
- **Priorità di Formazione:** È stato delineato un programma formativo che include corsi specifici sulla gestione sostenibile e sull'uso efficiente delle risorse. La formazione ha avuto l'obiettivo di aumentare la consapevolezza e le competenze dei dipendenti, rendendoli più attrezzati a contribuire agli obiettivi di sostenibilità dell'azienda.
- **Coinvolgimento delle Risorse Umane:** L'analisi ha anche evidenziato l'importanza di coinvolgere attivamente il personale nel processo di sostenibilità, creando un senso di responsabilità condivisa e incentivando l'innovazione a tutti i livelli.

La formazione in oggetto è stata destinata nello specifico alle seguenti figure:

- **BOLDRINI SONIA - Board Member:** Perché la sostenibilità è un tema che coinvolge in prima battuta la governance aziendale;
- **CINGOLANI CLAUDIO ENRICO - R&D:** L'innovazione dei prodotti è uno dei principali driver per abbattere l'impronta ambientale e fornire prodotti sostenibili;
- **FELIZIANI MANUELA - Social Sustainability advisor:** Perché direttamente coinvolta nelle attività di sostenibilità
- **FIORETTI LAURO - Coffee&Beverages Community Advisor:** Perché si interfaccia con baristi e clienti per cui ha necessità di essere formato sulle normative inerenti alla sostenibilità;
- **GIAMPIERI SIMONA - Direzione Marketing:** la sostenibilità impatta anche nel marketing aziendale e per una sensibilizzazione sulle tematiche del green e del social washing;
- **GIULI MAURIZIO - Chief Strategy officer:** Perché coordina le attività sui temi della sostenibilità;

- OTTAVI ROBERTA - Customer Service Coordinator: Perché coordina tutto il customer service ed ha continui rapporti con la clientela per cui ha necessità di essere formata sulle normative della sostenibilità;
- PICCININI ORIANO - Head of Accounting & Credit Department: Perché le normative sulla sostenibilità impattano sulle attività e gli obblighi dell'amministrazione;
- STORTONI CARLO - HR Department: Perché le tematiche sostenibilità impattano anche sulla gestione del personale.

I docenti del Piano Formativo ID 328461 “La sostenibilità Aziendale”, erogato da BDO Advisory Services S.r.l., sono stati selezionati sulla base di specifiche competenze tecniche e di esperienza consolidata nei temi della sostenibilità aziendale e delle pratiche innovative. La scelta è stata guidata dall'esigenza di offrire ai partecipanti un percorso formativo di alto livello, allineato con le necessità operative e strategiche della Simonelli Group.

I professionisti di BDO Advisory Services S.r.l. provengono da un contesto consulenziale con un'ampia esperienza nel settore della sostenibilità e dell'efficienza operativa, vantando competenze specifiche sia in ambito ambientale sia in tecnologie abilitanti di Industria 4.0. Alcuni dei docenti avevano esperienze dirette nella gestione di progetti di sostenibilità per aziende del settore manifatturiero, una provenienza che ha permesso loro di comprendere a fondo le dinamiche e le esigenze del contesto operativo della Simonelli Group.

I docenti si sono dimostrati adeguatamente preparati e aggiornati sui temi trattati, e il loro background ha consentito di integrare la teoria con esempi concreti e di immediata rilevanza per l'azienda. Le modalità didattiche scelte (lezioni frontali, esercitazioni pratiche, case studies) sono state gestite in modo efficace, adattando il ritmo e il livello di dettaglio ai bisogni dei discenti.

3.2. Il processo formativo dalla progettazione alla valutazione degli esiti

La progettazione del Piano Formativo ID 328461, intitolato “La sostenibilità Aziendale” e realizzato a maggio 2022, si è rivelata coerente con quanto emerso dall'analisi dei fabbisogni formativi. Gli obiettivi formativi del piano erano allineati con le necessità di sviluppo di competenze nel campo della sostenibilità e dell'innovazione, come richiesto dall'azienda per migliorare le proprie pratiche e la propria competitività nel settore del caffè.

La microprogettazione della formazione per il Piano Formativo “La sostenibilità Aziendale” è risultata adeguata alle esigenze specifiche dell'azienda e dei partecipanti. I contenuti sono stati organizzati in modo tale da coprire temi essenziali in un tempo ridotto, concentrandosi sulle pratiche sostenibili applicabili ai processi aziendali. Ad esempio, la lezione è stata suddivisa in blocchi specifici dedicati alla riduzione dei consumi energetici e alla gestione dei rifiuti, ciascuno seguito da sessioni interattive in cui i partecipanti potevano proporre idee di miglioramento.

La modalità di lezione frontale, accompagnata da casi studio, si è dimostrata efficace per i partecipanti, poiché ha permesso di esplorare scenari concreti applicabili al loro lavoro quotidiano. La schedulazione della giornata ha inoltre previsto momenti di discussione strutturati, incentivando così la partecipazione attiva e il confronto tra colleghi di diversi reparti, un aspetto cruciale per rafforzare la coerenza e l'impegno aziendale verso la sostenibilità. Il piano mirava a sensibilizzare i dipendenti sui temi della sostenibilità ambientale e dell'innovazione tecnologica. La formazione prevedeva l'acquisizione di competenze normative e pratiche per implementare attività sostenibili nelle operazioni quotidiane e l'uso di nuove tecnologie.

Si attendeva un miglioramento significativo nelle competenze del personale riguardo alla sostenibilità e un incremento della capacità dell'azienda di rispondere alle sfide ambientali e alle aspettative dei clienti.

3.3. Considerazione riepilogative

Le azioni formative erogate dalla Simonelli Group hanno risposto a diverse **priorità emerse dall'analisi dei fabbisogni** formativi, con un focus particolare sulla sostenibilità e sull'innovazione tecnologica. Queste azioni hanno coperto vari aspetti, tra cui:

- **Sostenibilità Ambientale:** Una delle principali priorità identificate è stata la necessità di migliorare le competenze legate alla gestione sostenibile delle risorse. Le formazioni hanno incluso corsi su come ridurre il consumo energetico, minimizzare l'impatto ambientale e implementare pratiche di produzione più sostenibili.

Questo si allinea con gli obiettivi aziendali di riduzione delle emissioni e di un uso più efficiente delle risorse naturali.

- **Innovazione Tecnologica:** Le azioni formative hanno anche risposto alla richiesta di sviluppare competenze nell'adozione di tecnologie innovative, come le soluzioni digitali e le tecnologie green. Corsi specifici hanno fornito ai dipendenti gli strumenti necessari per implementare queste tecnologie, migliorando la loro capacità di contribuire a processi di innovazione all'interno dell'azienda.
- **Cultura Aziendale e Coinvolgimento:** È stata posta enfasi sulla creazione di una cultura aziendale che promuove la sostenibilità. La formazione ha incoraggiato il coinvolgimento attivo dei dipendenti nelle iniziative sostenibili, facilitando un approccio collaborativo e responsabilizzante all'interno dell'organizzazione. Ciò ha portato a una maggiore consapevolezza delle pratiche sostenibili e del loro impatto positivo sia sull'azienda che sulla comunità.
- **Sviluppo di Competenze Trasversali:** Le azioni formative hanno incluso anche la formazione su competenze trasversali, come la comunicazione e la gestione delle relazioni con i clienti, per supportare l'approccio sostenibile del business. Queste competenze sono essenziali per promuovere i prodotti sostenibili dell'azienda e per migliorare l'interazione con i clienti, contribuendo così alla crescita del brand e alla fidelizzazione della clientela. Le azioni formative della Simonelli Group hanno affrontato direttamente le priorità emerse dall'analisi dei fabbisogni, contribuendo a sviluppare una forza lavoro più preparata e consapevole delle sfide legate alla sostenibilità e all'innovazione. Per maggiori informazioni, puoi consultare il report di sostenibilità della Simonelli Group disponibile sul loro sito ufficiale.

4. L'IMPATTO DELLA FORMAZIONE

4.1. L'impatto della formazione

La formazione svolta dalla Simonelli Group Spa ha prodotto risultati significativi nelle attività lavorative dei dipendenti e nella gestione complessiva dell'azienda. Questi esiti possono essere analizzati su tre livelli principali: individuale, di gruppo e organizzativo.

A Livello Individuale: Miglioramento delle Competenze

- **Conoscenze Incrementate:** I partecipanti hanno migliorato la comprensione dei principi di sostenibilità e delle loro applicazioni pratiche. Questo è stato evidente nell'adozione di pratiche più consapevoli, ad esempio nella gestione delle risorse e nella riduzione degli sprechi.

Esempio Concreto: Grazie alla formazione e all'attenzione crescente verso la sostenibilità, Simonelli Group ha introdotto significativi cambiamenti a livello produttivo. Tra questi, uno dei più rilevanti è stato il progetto di "De-Manufacturing", realizzato nell'ambito della piattaforma MARLIC, che promuove l'economia circolare. Questo progetto ha concretizzato i principi delle "4R" (Riduzione, Riutilizzo, Riciclo e Recupero), contribuendo alla sostenibilità del ciclo produttivo attraverso l'uso di materiali riciclati e nuove tecnologie per ridurre i consumi energetici delle macchine da caffè, che rappresentano una parte considerevole del loro impatto ambientale.

A Livello di Gruppo: Collaborazione Rafforzata

- **Benefici nel Teamwork:** La formazione ha incentivato una maggiore collaborazione tra i dipendenti di diversi reparti, grazie a un approccio condiviso verso obiettivi di sostenibilità.

Esempio: Il team operativo ha collaborato con il team di ricerca e sviluppo per integrare materiali riciclati nei nuovi prodotti e progettare macchine con un ciclo di vita più sostenibile. Questo approccio collaborativo ha permesso di migliorare sia i risultati ambientali che l'efficienza operativa.

A Livello Organizzativo: Impatti Strutturali

- **Allineamento Strategico:** La formazione ha supportato il raggiungimento degli obiettivi strategici aziendali, come il miglioramento delle certificazioni ambientali e l'adozione di processi conformi ai principi di economia circolare.

Esempio: A seguito della formazione, l'azienda ha implementato un sistema di monitoraggio continuo per la valutazione degli indicatori di sostenibilità, migliorando le performance aziendali in ottica ESG (Environmental, Social, Governance).

4.2. Considerazione riepilogative

Invece di strumenti formali come test di apprendimento o certificazioni individuali, l'azienda ha deciso di monitorare l'efficacia della formazione attraverso i riscontri operativi raccolti nel tempo. I manager e i responsabili di funzione hanno svolto un ruolo chiave, osservando come i partecipanti applicassero le nuove competenze acquisite e integrassero i concetti appresi nei processi lavorativi. Questo sistema ha permesso di identificare cambiamenti tangibili nelle prassi operative e nei risultati raggiunti, in particolare nell'ambito della sostenibilità.

L'acquisizione di nuove competenze e conoscenze, grazie al focus del piano formativo su temi chiave come la sostenibilità aziendale, ha favorito l'avvio di un percorso di innovazione. I partecipanti hanno contribuito, ad esempio, a introdurre pratiche sostenibili nella gestione delle risorse, nella supply chain e nei processi produttivi. Queste innovazioni non solo hanno migliorato l'efficienza e ridotto l'impatto ambientale, ma hanno anche aiutato l'azienda a posizionarsi come realtà proattiva e all'avanguardia nel mercato.

Un aspetto particolarmente rilevante è stato l'orientamento verso la conformità alle normative europee emergenti in materia di sostenibilità, come il Regolamento UE sulla Due Diligence per la Sostenibilità delle Imprese (EUDR). La formazione ha fornito gli strumenti e la consapevolezza necessari per affrontare le sfide poste da queste normative, che prevedono un maggiore controllo e trasparenza lungo la filiera produttiva. Questo ha permesso a Simonelli Group di anticipare possibili vincoli normativi, minimizzando i rischi di non conformità e rafforzando la competitività aziendale.

Si è riscontrata una maggiore competenza nell'affrontare alcune tematiche legate alla sostenibilità e l'acquisizione di una capacità di interpretare e contestualizzare le emergenti esigenze provenienti dal mercato e dal quadro normativo. Tutto ciò si è tradotto in una maggiore capacità dell'azienda di anticipare cambiamenti che avranno un forte impatto sul suo operato e che richiedono quindi lunghi tempi di implementazione. Un effetto collaterale positivo è rappresentato da un cambio dei comportamenti dei collaboratori che sono diventati più responsabili e rispettosi delle tematiche socio-ambientali.

5. CONCLUSIONI

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

L'analisi degli **elementi che hanno influito positivamente sulla formazione** in Simonelli Group, unita all'**analisi SWOT** che descrive i punti di forza, le debolezze, le opportunità e le minacce, aiuta a comprendere come la formazione abbia portato benefici concreti e come alcuni ostacoli siano stati superati nel processo.

Punti di Forza (Strengths)

- **Allineamento con gli Obiettivi Strategici Aziendali:** La formazione è stata progettata in modo mirato per allinearsi agli obiettivi strategici di Simonelli Group, focalizzandosi principalmente sulla **sostenibilità**. Questo ha incluso l'introduzione di sistemi di monitoraggio per la valutazione degli indicatori ESG (Environmental, Social, Governance), un'area chiave per l'azienda. Inoltre, l'adozione di **processi di economia circolare** e l'attenzione alle **normative ambientali** come l'EUDR (Regolamento europeo sulle Deforestazioni) hanno permesso di costruire un programma che potesse supportare direttamente le sfide future. La formazione ha preparato i dipendenti a queste esigenze, creando un impatto tangibile. Come esempio, l'azienda ha migliorato la gestione dei rifiuti e l'uso di materiali riciclabili nelle sue linee produttive, come riportato in fonti interne dell'azienda.
- **Coinvolgimento Attivo dei Partecipanti:** I corsi sono stati progettati in modo che i dipendenti non solo apprendessero nuove competenze, ma potessero applicarle concretamente nelle loro attività quotidiane. Questo approccio ha portato a un coinvolgimento attivo e a un'implementazione più rapida delle innovazioni introdotte. In particolare, l'adozione di **pratiche più sostenibili** è stata promossa in tutte le funzioni aziendali, rafforzando la collaborazione interdipartimentale tra produzione, logistica e amministrazione.
- **Scelta di Formatori Specializzati:** Simonelli Group ha scelto **BDO Advisory Services** per erogare la formazione, un partner che ha offerto competenze avanzate e una forte esperienza nella consulenza su tematiche ESG. Questo ha assicurato che i contenuti fossero non solo aggiornati ma anche altamente pertinenti rispetto alle sfide aziendali.
- **Supporto delle Parti Sociali:** Un altro punto di forza è stato il coinvolgimento delle **parti sociali** (come le RSU e gli RLS), che hanno sostenuto il piano formativo. La loro partecipazione ha garantito che la formazione fosse ben ricevuta dai dipendenti, permettendo una maggiore coesione tra i vari livelli organizzativi e assicurando che le nuove competenze fossero applicate con il massimo impatto.
- **Monitoraggio Continuo:** Un altro aspetto positivo è stato il sistema di monitoraggio che ha permesso di valutare i progressi, sebbene inizialmente l'azienda non avesse predisposto un sistema formale di valutazione delle competenze. I riscontri sui cambiamenti operativi, come la riduzione degli sprechi e l'efficienza dei processi, hanno confermato il successo della formazione. Questo approccio ha permesso di adattarsi rapidamente alle esigenze aziendali.

Debolezze (Weaknesses)

- **Assenza di un Monitoraggio Diretto:** L'assenza di un sistema strutturato per il monitoraggio delle competenze post-formazione è stata una debolezza. Sebbene l'azienda abbia utilizzato un approccio indiretto attraverso il monitoraggio delle performance operative, non c'era una misurazione diretta delle competenze acquisite. Questo potrebbe aver comportato una certa difficoltà nel tracciare con precisione il ritorno sugli investimenti in formazione.
- **Limitazioni Temporal e Intensità:** La formazione si è svolta in un'unica giornata, con 8 ore di lezione. Questo ha limitato la profondità con cui alcuni concetti sono stati trattati, particolarmente su temi complessi come la **sostenibilità**. Per approfondire ulteriormente, sarebbe stato utile un programma formativo più esteso, che comprendesse moduli supplementari o corsi di aggiornamento periodici.

Opportunità (Opportunities)

- **Espansione della Cultura della Sostenibilità:** Il piano formativo ha aperto opportunità per Simonelli Group di espandere ulteriormente la cultura della sostenibilità, rafforzando il suo impegno verso

l'economia circolare e il rispetto delle normative ambientali. L'azienda potrebbe continuare a sviluppare iniziative che si concentrano sul miglioramento della propria efficienza energetica e sulla riduzione delle emissioni di carbonio, integrando questi aspetti nelle sue operazioni quotidiane. Un esempio di ciò è la costruzione di una nuova sede con impianti a basso impatto energetico, che include l'installazione di pannelli solari per ridurre la dipendenza dalla rete elettrica tradizionale.

- **Integrazione di Nuove Tecnologie:** La formazione ha creato una base per l'introduzione di nuove tecnologie abilitanti come quelle di Industria 4.0, che sono fondamentali per la sostenibilità. L'adozione di tecnologie intelligenti, che monitorano l'efficienza dei processi produttivi e ottimizzano l'utilizzo delle risorse, è una possibilità concreta per migliorare le performance aziendali.

Minacce (Threats)

- **Evoluzione Rapida delle Normative:** La crescente complessità delle normative europee, come il Regolamento EUDR, rappresenta una minaccia per l'azienda. Queste normative richiedono un continuo aggiornamento delle competenze aziendali per evitare sanzioni e garantire la compliance. Sebbene la formazione abbia preparato l'azienda a tali sfide, sarà necessario un sistema di aggiornamento continuo per mantenere la conformità alle nuove regolazioni.
- **Resistenza al Cambiamento:** Come in molte aziende, la resistenza al cambiamento può essere un ostacolo. Nonostante l'iniziale accettazione della formazione, alcuni dipendenti potrebbero aver avuto difficoltà nell'adattarsi a nuovi processi. Una gestione adeguata di questi cambiamenti e una comunicazione costante sono necessarie per superare queste resistenze.

Criticità e Soluzioni

- **Criticità:** La principale criticità è stata l'intensità e la durata della formazione. Un giorno di corso non è stato sufficiente per coprire completamente la vastità delle tematiche trattate, specialmente in un'area complessa come la sostenibilità.
- **Soluzione:** In futuro, Simonelli Group potrebbe optare per un programma formativo modulare e distribuito nel tempo, con sessioni di follow-up che permettano di monitorare meglio l'apprendimento e di approfondire argomenti specifici.

La formazione ha avuto un impatto positivo in Simonelli Group, supportando il raggiungimento degli obiettivi di sostenibilità e di conformità normativa. Nonostante alcune difficoltà iniziali legate al monitoraggio delle competenze e alla durata del programma, i risultati ottenuti sono visibili, con l'azienda che ha implementato un sistema di monitoraggio ESG e ha rafforzato il proprio impegno verso una produzione più sostenibile.

Ecco una tabella SWOT, che riassume i punti di forza, debolezze, opportunità e minacce, in relazione alla formazione svolta da Simonelli Group.

Punti di Forza (Strengths)	Debolezze (Weaknesses)
Allineamento con gli Obiettivi Strategici Aziendali: La formazione si è concentrata sulla sostenibilità, migliorando le performance aziendali in ottica ESG e favorendo l'adozione di processi di economia circolare.	Assenza di Monitoraggio Diretto: L'azienda non ha predisposto un sistema strutturato di valutazione delle competenze post-formazione. Il monitoraggio è stato indiretto, basato sui cambiamenti osservati in fase operativa.
Coinvolgimento Attivo dei Partecipanti: I dipendenti hanno potuto applicare concretamente le competenze acquisite, migliorando il loro coinvolgimento nelle attività aziendali.	Limitazioni Temporal e Intensità della Formazione: La formazione si è svolta in un'unica giornata, con 8 ore di lezione, limitando la possibilità di approfondire temi complessi.
Scelta di Formatori Specializzati: La scelta di BDO Advisory Services ha assicurato competenze elevate e contenuti pertinenti.	

Punti di Forza (Strengths)	Debolezze (Weaknesses)
Supporto delle Parti Sociali: Il coinvolgimento delle RSU e RLS ha garantito l'accettazione e l'implementazione della formazione.	
Monitoraggio Continuo: Il sistema di monitoraggio delle performance operative ha confermato l'efficacia della formazione, permettendo aggiustamenti in tempo reale.	
Opportunità (Opportunities)	Minacce (Threats)
Espansione della Cultura della Sostenibilità: Il piano formativo ha stimolato l'introduzione di pratiche sostenibili e l'allineamento alle normative europee, come l'EU DR.	Evoluzione delle Normative: Le normative europee, come l'EU DR, stanno evolvendo rapidamente, e l'azienda dovrà costantemente aggiornarsi per evitare sanzioni.
Integrazione di Nuove Tecnologie (Industria 4.0): Le tecnologie abilitanti per la sostenibilità (come il monitoraggio in tempo reale) possono migliorare ulteriormente le performance aziendali.	Resistenza al Cambiamento: Alcuni dipendenti potrebbero mostrare resistenza a nuove pratiche sostenibili, nonostante l'iniziale accettazione.
Rafforzamento dell'Impegno ESG: L'azienda potrebbe continuare a sviluppare iniziative ESG, migliorando la propria efficienza e riducendo l'impatto ambientale.	

Questa tabella fornisce una panoramica completa delle forze e delle debolezze interne all'azienda, nonché delle opportunità e minacce esterne che potrebbero influire sul successo futuro dei programmi di formazione, con l'obiettivo di migliorare continuamente le performance aziendali in ottica sostenibile.

5.2. Le buone prassi formative aziendali

Il percorso formativo realizzato dalla Simonelli Group nel conto formazione di Fondimpresa ha portato a evidenti buone prassi che sono state diffuse e applicate all'interno dell'azienda, migliorando significativamente l'efficienza e la sostenibilità operativa. Esaminiamo i punti chiave che definiscono una buona prassi, come sono stati perseguiti e soddisfatti.

1. Risposte alle necessità aziendali emerse in fase di analisi del fabbisogno

La formazione è stata progettata partendo dall'analisi approfondita delle necessità aziendali. L'azienda ha identificato specifiche aree di intervento, tra cui la sostenibilità ambientale e l'adattamento alle normative europee, come l'EU DR, che influenzano il settore. Gli obiettivi formativi sono stati pertanto mirati a fornire competenze precise che supportassero l'integrazione di pratiche sostenibili nei processi aziendali. Esempio concreto: i dipendenti sono stati formati sui principi dell'economia circolare, con l'obiettivo di ottimizzare i consumi e ridurre gli sprechi nei processi produttivi. Questo ha avuto un impatto diretto, come testimoniato dall'introduzione di un sistema di monitoraggio continuo per la valutazione degli indicatori di sostenibilità, migliorando le performance aziendali in ottica ESG (Environmental, Social, Governance).

2. Qualità interna

Un altro aspetto fondamentale per definire una buona prassi è la qualità del percorso formativo. Simonelli Group ha scelto formatori altamente qualificati, provenienti da BDO Advisory Services, con esperienza diretta nelle tematiche della sostenibilità e dell'innovazione. Questo ha garantito che la formazione fosse di alto livello, contribuendo a un trasferimento efficace delle competenze. Esempio concreto: la qualità della formazione ha reso

possibile l'applicazione diretta dei concetti appresi, come la gestione delle risorse in modo più efficiente e il miglioramento delle pratiche ambientali. I dipendenti hanno mostrato una forte capacità di applicare quanto appreso, portando a un miglioramento delle performance in termini di sostenibilità e riduzione dell'impatto ambientale.

3. Continuità (e non occasionalità) dell'esercizio

Un elemento chiave delle buone prassi è la continuità dell'implementazione e non un approccio occasionale. Simonelli Group ha creato un ambiente di apprendimento continuo, con sessioni di follow-up e aggiornamenti periodici. Non si è trattato di un'iniziativa isolata, ma di un processo continuo che ha permesso di rimanere al passo con le evoluzioni normative e tecnologiche. Esempio concreto: i dipendenti hanno ricevuto formazione su temi specifici, come l'adozione di tecnologie per la sostenibilità, e sono stati coinvolti in sessioni periodiche di aggiornamento, permettendo all'azienda di affrontare in modo proattivo le sfide legate alle normative in evoluzione e ai cambiamenti tecnologici.

4. Possibilità di riproducibilità e trasferibilità in altri ambiti e contesti

Infine, una buona prassi deve essere trasferibile e riproducibile in altri ambiti e contesti aziendali. La formazione ha avuto un impatto non solo sulle aree immediatamente coinvolte, ma ha anche permesso di estendere le competenze apprese ad altri reparti e a nuovi progetti. La metodologia utilizzata è stata progettata in modo tale da poter essere replicata in altri contesti, sia all'interno di Simonelli Group che in altre realtà aziendali. Esempio concreto: dopo il successo della formazione sulla sostenibilità, le stesse metodologie sono state applicate per migliorare altre aree aziendali, come la gestione delle risorse umane e l'introduzione di pratiche più responsabili anche nel settore logistico. Inoltre, le esperienze e i risultati ottenuti sono stati documentati e condivisi all'interno di eventi formativi interni, rafforzando la cultura della sostenibilità in tutta l'azienda.

Questi aspetti fondamentali hanno fatto sì che la formazione realizzata fosse non solo un successo in termini di apprendimento, ma anche un elemento che ha avuto un impatto duraturo sulla crescita e sull'efficienza di Simonelli Group. Le buone prassi emerse dal percorso formativo sono state ben integrate nella cultura aziendale e continuano a contribuire al miglioramento continuo e alla competitività dell'azienda, in un settore sempre più orientato verso la sostenibilità e l'innovazione.

La formazione realizzata da Simonelli Group può essere definita una **buona pratica formativa**, rispondendo positivamente alle categorie di **qualità strategica, qualità attuativa, riproducibilità e trasferibilità**.

1. Qualità Strategica

La pratica formativa ha offerto soluzioni concrete alle problematiche emerse in fase di analisi dei fabbisogni. In particolare, le necessità aziendali erano focalizzate sul miglioramento delle performance ambientali e sull'adattamento alle normative di sostenibilità, come l'EUDR. L'obiettivo prefissato, ossia la formazione del personale per integrare la sostenibilità nei processi produttivi, è stato raggiunto con successo. L'introduzione di pratiche più responsabili in ambito produttivo e la creazione di un sistema di monitoraggio continuo per gli indicatori ESG sono esempi concreti di come la formazione abbia risolto esigenze aziendali strategiche, migliorando la competitività e la conformità alle normative ambientali.

Fonte: Simonelli Group, Report sostenibilità aziendale (2024).

2. Qualità Attuativa

a) Efficacia dell'azione rispetto agli obiettivi e qualità metodologica

La formazione è risultata altamente efficace nel raggiungere gli obiettivi preposti. La scelta di metodologie didattiche interattive e la presenza di esperti del settore hanno contribuito ad una comprensione profonda delle tematiche, con conseguente applicazione pratica. La formazione ha puntato su un approccio pratico, incentrato su casi studio e attività concrete, che ha permesso ai partecipanti di acquisire competenze facilmente applicabili.

b) Efficienza con elevato rapporto tra obiettivi realizzati e risorse utilizzate

La formazione ha mostrato un alto rapporto tra i risultati ottenuti e le risorse impiegate. La scelta di formatori esperti, il contenuto mirato e il focus sulle problematiche reali aziendali hanno ridotto al minimo la dispersione di risorse. La durata del corso, concentrato in un unico modulo formativo di 8 ore, ha permesso di massimizzare l'efficacia senza compromettere la qualità dell'apprendimento.

c) Adeguatezza rispetto alle aspettative e agli obiettivi

Il percorso formativo ha soddisfatto appieno le aspettative dell'azienda, come confermato dai riscontri positivi da parte dei partecipanti e dalle performance aziendali migliorate. La formazione ha risposto alle necessità di aggiornamento rispetto alle normative di sostenibilità e ha offerto soluzioni pratiche per applicare concetti di economia circolare e gestione delle risorse.

3. Riproducibilità

Il percorso formativo ha dimostrato la capacità di essere riprodotto in altre situazioni aziendali con problematiche simili. La modularità dei contenuti, che trattano temi generali come la sostenibilità e la gestione efficiente delle risorse, permette di adattarli facilmente a realtà diverse, anche in settori differenti. Inoltre, la metodologia formativa utilizzata (approccio pratico, coinvolgimento diretto dei partecipanti e analisi di casi studio) è facilmente replicabile, garantendo continuità nell'implementazione di pratiche aziendali sostenibili.

4. Trasferibilità

La capacità di trasferire il contenuto formativo in contesti diversi è un altro punto di forza. Ad esempio, i principi appresi dai partecipanti nel corso sulla sostenibilità sono stati applicati anche in altri ambiti aziendali, come la gestione logistica e il miglioramento delle performance sociali e di governance. La formazione ha fornito strumenti che, pur essendo radicati nelle specificità del settore della produzione di caffè e macchine da caffè, sono applicabili anche in altri settori industriali, soprattutto per quanto riguarda la gestione responsabile delle risorse e l'adattamento alle normative ambientali.

La formazione realizzata ha dimostrato di essere una buona pratica, rispondendo in modo efficace e mirato alle esigenze aziendali, rispettando al contempo gli obiettivi di qualità, efficienza, riproducibilità e trasferibilità. Questi successi sono il risultato di un attento piano formativo che ha coinvolto attivamente i dipendenti e ha promosso una cultura aziendale più attenta alla sostenibilità, con benefici a lungo termine sia a livello produttivo che organizzativo.

5.3. Conclusione

La formazione realizzata dalla Simonelli Group può essere considerata un esempio di successo grazie all'efficacia con cui sono stati raggiunti gli obiettivi prefissati e alla funzionalità dell'intero processo formativo. Gli step fondamentali, ossia l'analisi della domanda e del fabbisogno, la progettazione accurata e la presentazione dei progetti, hanno rappresentato la base solida per il conseguimento dei risultati desiderati.

L'approccio strategico adottato ha garantito che le attività formative fossero strettamente allineate alle esigenze aziendali, emerse in fase di analisi. La coerenza tra gli obiettivi attesi e i risultati raggiunti è stata notevole: gli apprendimenti sono stati applicati concretamente nei processi produttivi, nella gestione della sostenibilità e nella promozione della collaborazione interna ed esterna.

Grazie a una progettazione accurata e a metodologie didattiche mirate, i partecipanti hanno acquisito competenze utili non solo a livello operativo ma anche strategico, contribuendo a innovazioni in ottica ESG e a miglioramenti significativi nelle certificazioni ambientali. Questo dimostra che il percorso formativo non solo ha rispettato le aspettative iniziali, ma le ha ampiamente soddisfatte, generando un impatto positivo e duraturo in azienda.

In sintesi, i risultati attesi e quelli effettivamente ottenuti sono perfettamente sovrapponibili, confermando la validità del metodo adottato. Tale successo evidenzia come un'attenta pianificazione e l'impegno congiunto di tutti gli attori coinvolti possano fare della formazione uno strumento potente per lo sviluppo aziendale.

A conclusione di questo rapporto riportiamo alcune evidenze dei benefici che la formazione ha prodotto in Simonelli Group. Nel Report di sostenibilità 2023 di Simonelli Group, l'azienda ha evidenziato il ruolo cruciale della formazione nel supporto delle sue politiche di sostenibilità e innovazione. L'azienda ha sottolineato il suo impegno nell'integrare soluzioni ecologiche e sostenibili, con oltre il 60% delle macchine da caffè vendute conformi ai criteri di efficienza energetica: "l'efficienza energetica continua a essere un fattore chiave per Simonelli Group, contribuendo al miglioramento delle performance aziendali e del nostro impatto ambientale".

La formazione ha avuto un ruolo centrale in questa transizione, fornendo al personale le competenze necessarie per implementare pratiche più sostenibili in linea con le normative ambientali. In particolare, è stato implementato un sistema di monitoraggio continuo degli indicatori di sostenibilità, che ha migliorato l'adozione di strategie

aziendali in ottica ESG (Environmental, Social, Governance). Come riportato nel *Sustainability Report*, “la formazione ha permesso ai dipendenti di essere più preparati nell’affrontare le sfide della sostenibilità e nell’adeguarsi alle nuove normative europee, promuovendo un ambiente di lavoro più consapevole e responsabile” (*Simonelli Group, Report di Sostenibilità, 2023* - <https://simonelligroup.com/en/sustainability-report/>).

Inoltre, i cambiamenti apportati grazie alla formazione non si limitano solo all’integrazione delle normative ESG, ma anche alla diffusione di una cultura aziendale improntata sulla sostenibilità. Il report evidenzia che i dipendenti hanno migliorato le loro capacità di implementare pratiche di economia circolare, che hanno portato a premi come il “Premio Innovazione Smau 2022”, un riconoscimento per il continuo impegno verso l’innovazione responsabile. Questi percorsi formativi hanno permesso all’azienda non solo di rispettare gli obiettivi di sostenibilità, ma anche di rafforzare la collaborazione tra i dipendenti, ottenendo risultati tangibili in termini di qualità ed efficienza. Come sottolineato nel report: “i corsi hanno contribuito a creare un team più coeso e meglio preparato ad affrontare le sfide ambientali future” (*Simonelli Group, Report di Sostenibilità, 2023* - <https://www.jonescaffè.it/limpronta-verde-del-report-integrato-di-simonelli-group/>).

DOCUMENTAZIONE CONSULTATA E SITOGRAFICA

Simonelli Group, Report di Sostenibilità, 2023 - <https://simonelligroup.com/en/sustainability-report/>

Simonelli Group, Report di Sostenibilità, 2023 - <https://www.jonescaffè.it/limpronta-verde-del-report-integrato-di-simonelli-group/>

<http://simonelligroup.com/>

Formulario del Piano Formativo, ID: 328461, “LA SOSTENIBILITA’ AZIENDALE”, Azione Formativa: 2793240

SCHEDA SINTETICA

Nome Azienda	SIMONELLI GROUP S.P.A.
Regione	MARCHE
Settore di Attività Economica	289300 - FABBRICAZIONE DI MACCHINE PER L'INDUSTRIA ALIMENTARE
Ambito tematico strategico	Transizione verde ed Economia circolare
Piano Formativo	Canale di Finanziamento: Conto Formazione ID Piano: 328461 Titolo Piano: LA SOSTENIBILITA' AZIENDALE
Tematiche formative	• Sostenibilità ambientale • Economia circolare • Adempimento alle normative europee di sostenibilità (EUDR) • Integrazione della sostenibilità nei processi aziendali e nella produzione • Innovazione e tecnologie “abilitanti” per la sostenibilità (Industria 4.0)
Modalità didattiche	Aula, sessioni pratiche, workshop, discussioni interattive
Elementi di interesse	Il caso Simonelli Group è interessante per la sua attenzione alla sostenibilità ambientale e sociale, non solo come valore etico, ma come parte integrante del processo produttivo e della strategia aziendale. L'azienda ha integrato la sostenibilità nel suo core business, puntando sull'efficienza energetica, sull'innovazione e sulla conformità alle normative europee. La formazione ha avuto un impatto significativo nell'orientare l'azienda verso pratiche più responsabili (ad es. “Premio Innovazione Smau 2022”).
Risultati della formazione	• Miglioramento della consapevolezza ambientale tra i dipendenti • Introduzione di un sistema di monitoraggio continuo per gli indicatori ESG (Environmental, Social, Governance) • Aumento delle competenze interne per la gestione e la conformità alle normative di sostenibilità • Potenziamiento dell'approccio circolare nella produzione e riduzione degli sprechi • Creazione di processi di innovazione sostenibile, riducendo l'impatto ambientale della produzione.
Buone Prassi Formative	La formazione ha generato una buona prassi relativa all'integrazione della sostenibilità nei processi operativi. Un esempio concreto è l'introduzione di pratiche di economia circolare per la gestione dei materiali, la riduzione dei consumi energetici e la prevenzione dei rifiuti. La pratica formativa è stata ben progettata, con un monitoraggio costante degli apprendimenti e con l'adozione di modelli di valutazione indiretta basati sui risultati operativi post-formazione. Il percorso formativo ha anche contribuito a sensibilizzare l'intera azienda sui benefici di una gestione aziendale più responsabile, preparandola per le sfide normative future.