



Sistema di monitoraggio valutativo

Orfeo Fondimpresa Molise

RAPPORTO TERRITORIALE MOLISE 2021

Ambito tematico Strategico

COMPETITIVITA'

Storie di Formazione

OPTODINAMICA SRL

Componenti del Team di monitoraggio

Mariacristina Prece

Indice generale

1. INTRODUZIONE.....	3
2. STRATEGIE AZIENDALI E RUOLO DELLA FORMAZIONE CONTINUA.....	5
2.1 Breve profilo dell'azienda e del settore.....	5
2.4 La formazione nel periodo di emergenza sanitaria da Covid-19 e per il prossimo futuro.....	7
2.5 Considerazioni riepilogative.....	7
3. IL PIANO FORMATIVO FORMATIVO.....	9
3.1 L'analisi del fabbisogno, metodologie e risultati.....	9
3.2 Il processo formativo dalla progettazione alla valutazione degli esiti.....	9
3.3 L'impatto della formazione.....	10
3.4 Considerazioni riepilogative.....	11
4. CONCLUSIONI.....	12
4.1 Gli elementi che hanno influito positivamente sulla formazione.....	12
4.2 Le buone prassi formative aziendali.....	12
4.3 Conclusioni.....	13

1. INTRODUZIONE

Le attività di monitoraggio valutativo che Fondimpresa svolge ogni anno su tutto il territorio nazionale e che coinvolgono ogni regione con la sua articolazione territoriale, hanno l'obiettivo di evidenziare i risultati e l'efficacia delle azioni formative svolte dalle imprese con il contributo del Fondo.

Anche nel Molise, pur con i limiti quantitativi delle imprese coinvolte, che strutturalmente non sono numerose in questa regione, Fondimpresa ha svolto egregiamente il suo ruolo, essendo ormai il fondo interprofessionale di riferimento, soprattutto per le imprese manifatturiere.

Il rapporto di monitoraggio del 2021 analizza l'esperienza di una sola impresa, in quanto significativa di un piano formativo realizzato con il contributo del conto di sistema, che a sua volta ben rappresenta il ruolo e l'azione incisiva di Fondimpresa nel tessuto imprenditoriale regionale per lo sviluppo della formazione continua.

L'Articolazione del Molise per questo rapporto territoriale ha quindi individuato l'esperienza formativa della Optodinamica srl, un'azienda della provincia di Isernia, che ha realizzato le proprie attività nell'ambito del piano denominato CLIC - Competitività Locale per Innovazione e Cambiamento in Molise – CLI1525935933810.

Anche per il 2021 si è ritenuto opportuno scegliere un'impresa che ha svolto attività con il conto di sistema piuttosto che con il conto formazione, poiché questo viene spesso utilizzato dalle imprese molisane, prevalentemente di piccola dimensione, per la formazione obbligatoria in materia di sicurezza. Inoltre i piani realizzati con le risorse del conto formazione riguardano in genere necessità formative spot, di piccola dimensione anche finanziaria, non essendo le imprese molisane tra quelle che accantonano importi significativi sul proprio conto formazione.

Pertanto il rapporto sarebbe stato poco significativo e non rispondente agli obiettivi del monitoraggio, tendenti a valorizzare esperienze formative collegate alla competitività dell'azienda.

Per la formazione in ambiti quali l'innovazione tecnologica, l'aggiornamento delle competenze specifiche dei lavoratori e altri argomenti riferibili agli ambiti della competitività aziendale, da parte delle aziende regionali viene preferito il conto di sistema, che risulta essere un canale di finanziamento più cospicuo in termini di risorse disponibili, e più snello e affidabile, proprio perché gestito da un ente formativo.

Le PMI locali non potendo accantonare sul proprio conto formazione importi cospicui, perché spesso hanno pochi dipendenti, non hanno risorse sufficienti a finanziare la formazione su innovazione e aggiornamento delle competenze in area tecnologica, che deve essere affidata a specialisti ed è piuttosto costosa.

Inoltre, accedendo ai conti di sistema, la gestione amministrativa dei piani formativi viene esternalizzata ad un soggetto qualificato e competente, che si accolla così il costo di questa fase del progetto, assicurando il rispetto di tutte le complesse regole previste dal rendiconto.

In questo caso l'ente prescelto, con il quale esiste un rapporto consolidato di collaborazione, ha confermato la capacità di intercettare i fabbisogni dell'impresa e soddisfare al meglio tutte le esigenze formative.

Il piano in cui è inserita la Optodinamica srl, denominato CLIC - Competitività Locale per Innovazione e Cambiamento in Molise - CLI1525935933810, è stato finanziato con le risorse dell'Avviso 4/2017 – Competitività, con codice AVT/218/17II.

Il soggetto proponente è Cosmo Servizi s.r.l., società di servizi dell'Associazione Industriali del Molise, certificata UNI EN ISO 9001:2000 per le attività E37-35 "Progettazione ed Erogazione di attività formative e servizi di Consulenza attinenti alla pianificazione e programmazione aziendale" con sedi nelle regioni

Molise, Lazio, Campania, Puglia, Abruzzo e Basilicata. La Società è inoltre accreditata presso la Regione Molise dal 2003 e qualificata nell'albo dei fornitori di Fondimpresa.

Nell'ambito delle sue esperienze, la Co.S.Mo. Servizi ha portato a realizzazione con successo molti piani finanziati da Fondimpresa con livelli di capacità realizzativa quasi sempre pari al 100%.

Il piano CLIC coinvolge 18 aziende, di cui 17 PMI, con 80 dipendenti complessivi, e riguarda le tematiche della qualificazione dei processi produttivi, dell'innovazione e della digitalizzazione.

La scelta dell'AT Molise è ricaduta sul piano CLIC in quanto coinvolge aziende appartenenti a diversi comparti, che hanno in comune la determinazione a mantenere sempre alto il livello di competitività e a mantenersi al passo con l'innovazione tecnologica.

Dall'analisi di contesto condotta da Cosmo Servizi emerge che nel 2018 in Molise l'economia segnava il passo, e i timidi segnali di ripresa non colmano tuttora il divario che la regione ha ormai da diversi decenni in termini di PIL e di produttività, in particolare nel settore manifatturiero.

In particolare gli obiettivi generali del piano erano quelli di:

- contribuire al rilancio del tessuto produttivo regionale utilizzando la leva formativa a favore del personale delle imprese nell'ambito di progetti di sviluppo, innovazione e digitalizzazione.
- contribuire alla diffusione di una cultura della formazione continua come strumento per favorire lo sviluppo e la competitività delle imprese.

Infatti, in mancanza di segnali di rivitalizzazione del sistema economico produttivo regionale, le aziende, per restare competitive (e in molti casi anche solo per sopravvivere) devono necessariamente evolversi, aggiornarsi, approcciare nuovi mercati e, più in generale, investire risorse umane e materiali in strategie di sviluppo.

Inoltre si rileva che uno degli effetti consolidati dei periodi di crisi economica spesso è il disinvestimento nella formazione del capitale umano, del quale non si percepisce immediatamente il nesso con il possibile recupero della competitività delle imprese e con il rilancio dell'innovazione organizzativa e tecnologica.

Con il piano CLIC, Cosmo servizi, intercettando l'aspirazione di alcune imprese più dinamiche a resistere alle tendenze economiche negative in atto, ha fatto sì che tali imprese potessero realizzare interventi formativi in grado di agevolare l'acquisizione di competenze tecniche e professionali e attivare e gestire tutti gli aspetti legati alla qualificazione dei processi produttivi, all'innovazione organizzativa ed alla digitalizzazione dei processi aziendali.

L'azienda oggetto del presente monitoraggio, ha realizzato due azioni formative nell'ambito del piano CLIC: una nell'ambito della qualificazione dei processi produttivi e dei prodotti, finalizzata ad ampliare le competenze nell'area marketing e sostenere così il confronto continuo con la concorrenza, l'altra nell'aggiornamento delle procedure interne finalizzate alla tutela della privacy.

Le azioni formative realizzate sono quindi assolutamente coerenti con gli obiettivi dichiarati dal piano e l'azienda rappresenta molto bene le imprese del territorio, per dimensione, struttura e orientamento alla crescita competitiva..

Per la redazione del presente rapporto è stata realizzata un'intervista con la referente aziendale Dott. ssa Carolina Raddi. A causa delle restrizioni, per prudenza, si è preferito non incontrare i lavoratori, ai quali è stato sottoposto dal referente il questionario CAWI al posto di un'intervista diretta.

I questionari compilati sono stati utili nella redazione del rapporto, per meglio rilevare l'efficacia della formazione.

2. STRATEGIE AZIENDALI E RUOLO DELLA FORMAZIONE CONTINUA

2.1 Breve profilo dell'azienda e del settore

Optodinamica è un'azienda situata nel comune di Pesche, in provincia di Isernia, con 24 dipendenti, che produce lenti oftalmiche su misura.

L'azienda nasce nel 2015 dall'esperienza della Marinelli Oftalmica, fondata negli anni 60 da Giancarlo Marinelli, padre di Luca e Cristiana Marinelli, che oggi sono rispettivamente Amministratore e responsabile commerciale della attuale Optodinamica.

All'epoca l'azienda produceva lenti in vetro, ma nei primi anni 80 il fondatore iniziò a produrre anche lenti in materiale organico, dopo aver acquisito la formazione e il know how negli Stati Uniti direttamente dall'inventore di questa nuova tecnologia.

Per oltre trent'anni la Marinelli Oftalmica ha prodotto lenti su misura per ottici di tutta Italia, concentrando molta parte della propria attività sull'innovazione tecnologica applicata alla produzione.

Nel 2015 Luca e Cristiana Marinelli hanno creato l'Optodinamica, che ha acquisito tutto il patrimonio di competenze dell'azienda paterna ma si è profondamente rinnovata e ha implementato fortemente l'area commerciale.

La grande trasformazione tecnologica che ha attraversato il settore nel corso dei decenni aveva richiesto un rinnovamento radicale nella produzione, area sulla quale si concentrava l'attività originaria.

Oggi Luca e Cristiana Marinelli hanno sostanzialmente proseguito l'attività iniziata dal padre, facendo tesoro di tutta la sua esperienza e competenza in una chiave più moderna e al passo con i tempi.

L'Optodinamica produce lenti su misura per ottici e grossisti, in materiali diversi e su indicazioni specifiche trasmesse dai clienti. Si tratta di un lavoro "sartoriale", che viene svolto con efficienza, precisione e affidabilità per conto di committenti da tutta Italia, ma in particolare da Lazio, Campania, Abruzzo e Sicilia.

Da questi arrivano le richieste della realizzazione di lenti, graduate oppure no, da produrre con materiali specifici, che presentano anche lavorazioni particolari, quali la colorazione o il trattamento antiriflesso.

Optodinamica si colloca nel settore dei produttori di lenti di grande qualità e utilizza per questo impianti moderni, design e geometrie molto evolute. Ma la produzione non riguarda solo lenti da vista: gli ottici richiedono spesso lenti graduate da sole, che quindi devono essere trattate in maniera specifica. Pertanto l'azienda si è fortemente orientata verso questo tipo di produzione, cercando di raggiungere la perfezione nella colorazione delle lenti prescelte.

E' proprio questo tipo di lavorazione che rende l'Optodinamica tra le aziende preferite dagli ottici, in quanto riesce molto bene a realizzare occhiali con colorazioni particolarmente complesse, create su alti indici di rifrazione che non sempre si sposano con colorazioni intense.

Uno degli aspetti che caratterizza l'azienda è quello relativo ai trattamenti fotocromatici, nei quali la famiglia Marinelli ha investito da sempre. Dopo ben vent'anni di ricerca, nel 2012 l'azienda paterna ha individuato un metodo di deposizione di pigmenti fotocromatici, che è stato brevettato nel 2014, dopo ben due anni di valutazione, prima in America e successivamente anche in Europa.

Il sistema brevettato è a largo spettro, perché consente di fotocromatizzare tutte le superfici ottiche, ma anche tutte le superfici piane in materiale organico, e oggi Optodinamica lo applica a tutti gli indici di rifrazione.

Al momento vengono realizzate 9 colorazioni diverse, non solo per gli ottici, e quindi per lenti da vista e da sole su singole commesse, ma anche per produttori di montature, per produzioni in serie con i quali sono attive diverse collaborazioni.

Per questo Optodinamica è stata scelta come partner nella presentazione di collezioni limited edition, special capsule e anche edizioni uniche, realizzate in occasione di eventi o di avvenimenti importanti da ricordare.

Tutte le lenti sono prodotte con macchinari di altissima affidabilità e di grande qualità produttiva, e realizzate con l'ausilio di software e design molto moderni. Recentemente è stata raddoppiata anche la linea di produzione, in modo da poter soddisfare le crescenti richieste del mercato

L'azienda opera per il tramite di agenti, grazie ai quali copre circa l'80% del territorio nazionale. Il mercato internazionale, invece, è affidato a distributori esteri che operano direttamente sui territori di appartenenza, che al momento sono il Belgio, il Lussemburgo, la Svizzera e anche la Gran Bretagna.

Il fatto che Optodinamica produca completamente in Italia rappresenta un grandissimo valore aggiunto, soprattutto in un settore in cui il made in Italy è fortemente apprezzato e in cui sono presenti tante aziende multinazionali. La maggior parte di queste risiede infatti in Italia, ma qui hanno solo sedi commerciali e producono altrove.

Un altro punto di forza dell'azienda è la grande flessibilità, che permette di rispondere in maniera veloce ed efficiente ad ogni esigenza del cliente, sia questo un ottico o un'azienda committente, dovunque essa si trovi.

2.2 Orientamenti strategici e processi di innovazione

Optodinamica lavora in stretta collaborazione con i committenti, che si affidano completamente ai tecnici aziendali per farsi suggerire da loro le migliori soluzioni per la realizzazione delle lenti.

Da quando Optodinamica è stata costituita ad oggi, cioè in soli sei anni, sono stati effettuati nuovi e importanti aggiornamenti, sia sugli impianti di produzione che di trattamento antiriflesso. Essere aggiornati, e quindi porre la massima attenzione alle novità in termini di impiantistica, è un obiettivo strategico costante e consente all'azienda di essere sempre al passo con le evoluzioni tecnologiche e beneficiare di una maggiore capacità produttiva. Va sottolineato che, anche nel periodo di crisi dovuta al Covid, l'attività si è notevolmente incrementata.

L'ultima innovazione produttiva è *Dinamica*, una nuova lente, frutto di uno studio portato avanti in collaborazione con un noto produttore, che ha realizzato, in esclusiva per *Dinamica*, manufatti specifici semifiniti con base di colore in massa, il cui assorbimento light consente di indossare questa lente in ogni condizione di luce. Si tratta di una lente su cui è possibile applicare il fotocromatismo senza limiti di colore e quindi con la possibilità di ottenere qualsiasi tipo di lente con qualsiasi tipo di colore. Inoltre, la gamma *Dinamica* comprende anche lenti Polar Light, cioè lenti polarizzate al 50% di assorbimento che rappresenta una novità abbinata al fotocromatismo.

2.3 Obiettivi aziendali e ruolo della formazione

L'obiettivo per i prossimi due anni è riuscire ad avere una rete vendita più capillare e strutturata per poter raggiungere una totale copertura del territorio nazionale, potenziando la presenza in aree un po' più distanti dalla sede produttiva, attraverso delle unità distributive complete di ogni servizio.

Attualmente l'azienda riesce, con una propria rete di corrieri, a consegnare il prodotto finito anche in 24 ore, contenendo comunque i tempi di consegna entro le 48 ore per le commesse più distanti, affidate anche a corrieri esterni.

Anche la presenza nei mercati esteri sarà oggetto di potenziamento. Sono state già avviate collaborazioni sia con ottici indipendenti sia con partner ai quali è stata affidata la distribuzione delle lenti presso i loro laboratori-grossisti oltre confine.

Oltre alla presenza degli agenti in maniera più capillare sul territorio, che promuovono sul campo tutte le novità delle produzioni, anche con dimostrazioni pratiche e distribuendo materiali informativi e pubblicitari classici, l'azienda intende sviluppare la propria presenza anche sui social media, dai quali oggi non si può prescindere per veicolare e diffondere il brand.

Proprio a questo scopo è stata realizzata una delle due azioni formative presenti nel piano CLIC, grazie alla quale sono state implementate le competenze degli addetti al marketing e alle attività commerciali.

L'altra azione ha riguardato un necessario aggiornamento delle procedure interne di gestione e trattamento dei dati, in ottemperanza agli obblighi derivanti dall'attuazione del codice della privacy.

2.4 La formazione nel periodo di emergenza sanitaria da Covid-19 e per il prossimo futuro

Nel corso dell'emergenza sanitaria verificatasi nel 2019 a causa della diffusione del Covid – 19, l'azienda non si è mai fermata, rientrando in quelle attività necessarie che potevano proseguire la propria produzione. Le lenti rientrano infatti nei dispositivi medici specializzati e quindi l'operatività non è stata sospesa.

Naturalmente alcune attività amministrative sono state svolte in smart working e comunque, dato il flusso ridotto di attività, è stato fatto anche ricorso per brevissimo tempo, alla Cassa integrazione, ma per tutto il periodo, con un'adozione puntuale dei protocolli di sicurezza, l'attività non si è interrotta.

Durante il periodo di emergenza non è stata erogata formazione in presenza, se non quella necessaria per consentire ai lavoratori di utilizzare correttamente i Dispositivi di Protezione Individuale ed attuare correttamente il protocollo di sicurezza adottato per prevenire il contagio da Coronavirus.

Considerata la costante innovazione tecnologica degli impianti aziendali, la formazione si rende continuamente necessaria.

Molto probabilmente alcune azioni formative verranno svolte a distanza, essendosi rivelata questa modalità praticabile ed efficace per alcune tipologie di ambiti formativi.

Verrà comunque preferita la formazione in presenza e quella in affiancamento e on the job, che sono indispensabili per acquisire velocemente i contenuti.

Rispetto a questo scenario, sicuramente si farà ricorso al finanziamento di Fondimpresa, che ormai rappresenta un vero e proprio partner aziendale per la realizzazione della formazione continua, in ogni fase della vita aziendale.

2.5 Considerazioni riepilogative

L'Optodinamica rappresenta la naturale evoluzione di un'azienda familiare che anziché evolversi in uno stesso contesto, si è completamente rinnovata dando vita ad un soggetto giuridico completamente diverso. La nuova società fa tesoro di quanto sperimentato e costruito dalla precedente esperienza imprenditoriale familiare, che era fortemente spostata sulla produzione e meno sulla commercializzazione, per concentrarsi anche su quest'ultimo aspetto.

Ciò non ha significato mettere in secondo piano il prodotto, anzi la sua qualità e la sua unicità sono i punti di forza intorno ai quali ruota tutta l'azienda.

A questi si affianca l'innovazione tecnologica costante e l'attenzione al cliente, che non è il consumatore finale ma un suo intermediario, l'ottico, che è ancora più esigente essendo in gioco anche la propria affidabilità.

Infine la flessibilità, cioè la capacità di saper rispondere in maniera puntuale a tutte le richieste di personalizzazione del prodotto anche in tempi rapidissimi.

L'organizzazione di un'area commerciale efficiente è fondamentale per l'azienda, sempre minacciata da competitors facenti capo ad agguerrite multinazionali.

Il made in Italy, in questo caso, fa la sua parte. L'azienda, saldamente agganciata a ciò che fa di questo "brand" la propria forza, cioè l'originalità, l'accuratezza della produzione, l'altissima qualità dei materiali e dei processi produttivi, si propone con successo sul mercato e mantiene un suo posizionamento.

In questo percorso la formazione è un elemento fondamentale, soprattutto per consolidare le proprie posizioni e mantenere sempre efficiente il proprio sistema organizzativo, basato su rigide procedure di certificazione.

3. IL PIANO FORMATIVO FORMATIVO

3.1 L'analisi del fabbisogno, metodologie e risultati

Il processo di crescita dell'azienda, dal 2015 ad oggi si è focalizzato sull'innalzamento qualitativo delle produzioni e sull'ampliamento della gamma delle lavorazioni offerte ai clienti.

Al tempo stesso ci si è concentrati sugli aspetti commerciali, per far sì che il prodotto non fosse solo eccellente ma anche ben conosciuto ed apprezzato sul mercato. A questo scopo è stata attivata nel corso degli anni una rete di agenti diffusa sul territorio che potesse, soprattutto con dimostrazioni pratiche e con l'ausilio di materiali informativi cartacei, ampliare la platea dei clienti.

L'evolversi della tecnologia nel campo della comunicazione pubblicitaria, con la presenza sempre più invasiva dei social anche nel campo del marketing, hanno convinto l'azienda ad avviare un percorso di ampliamento degli strumenti promozionali, che non trascurasse la presenza sui social media, dove i propri competitors sono già presenti.

Per assecondare questo percorso si è reso necessario implementare le competenze dei grafici presenti in azienda, già impegnati nelle attività di marketing tradizionale, realizzando un'azione formativa ad hoc.

Il fabbisogno formativo è quindi emerso da sé ed è stato intercettato da Cosmo Servizi, che ha inserito l'Optodinamica nel piano CLIC, essendo l'iniziativa perfettamente coerente con gli obiettivi del piano, ed in particolare con il macro obiettivo Competitività.

L'occasione è stata colta per aggiornare anche il sistema organizzativo aziendale, che aveva ancora delle falle da colmare nella gestione della privacy.

Gli obblighi introdotti dal codice europeo della privacy hanno infatti modificato l'impostazione della gestione dei dati nelle imprese, attribuendo maggiore importanza al consenso informato e invitando le imprese a ridurre al minimo i dati da trattare.

Ciò ha significato una riorganizzazione delle procedure aziendali relative al trattamento dei dati, per gestire al meglio quelli di clienti e fornitori, seguendo le linee guida dei nuovi schemi di certificazione e gli standard internazionali ed eliminando attività amministrative ridondanti ed antieconomiche.

L'intervento è stato rivolto soprattutto alle figure amministrative, che si occupano parzialmente anche di gestire alcuni rapporti commerciali dal punto di vista della privacy.

3.2 Il processo formativo dalla progettazione alla valutazione degli esiti

Essendo ben definiti i contenuti della formazione, l'azienda ha individuato, con il supporto dell'ente attuatore del piano, i docenti che avrebbero svolto l'attività formativa.

La calendarizzazione delle azioni, anch'essa concordata con l'ente attuatore, ha tenuto conto delle necessità aziendali e da questo punto di vista non si sono riscontrate criticità.

L'attività formativa si è svolta in presenza e tale modalità resta comunque la più apprezzata dai lavoratori, che la ritengono più proficua e coinvolgente.

Per questa azione formativa è stata svolta una verifica dell'apprendimento da parte del docente con test a risposta multipla ed è stato rilasciato ai partecipanti un attestato di frequenza.

In Molise non è ancora stato attivato un sistema regionale di certificazione delle competenze, per cui l'ente ha ritenuto comunque di rilasciare un documento che testimoniassse l'accrescimento delle competenze dei lavoratori a seguito della formazione.

L'azienda non ha sviluppato al proprio interno un sistema strutturato di verifica degli effetti della formazione. In ogni caso si dichiara soddisfatta della formazione erogata e i titolari sono certi che gli effetti si vedranno presto.

Inoltre è stata espressa soddisfazione anche sulla qualità della collaborazione con l'ente gestore, che ha saputo interpretare il fabbisogno, progettare e realizzare in perfetta sintonia con le esigenze produttive e organizzative aziendali, tutte le azioni formative richieste.

D'altro canto, anche l'ente gestore Cosmo Servizi è presente in regione da diversi anni ed ha una struttura consolidata e ben inserita nel contesto economico locale: molte imprese molisane aderenti a Fondimpresa, tra cui anche la Optodinamica, hanno fidelizzato il rapporto di consulenza. Pertanto la rilevazione delle esigenze formative aziendali avviene periodicamente.

Il referente del piano Dott. Michele Esposto, riferisce che il monitoraggio del fabbisogno formativo sulle imprese locali con cui i rapporti sono costanti, viene effettuato sistematicamente, in modo da poter individuare di volta in volta il canale di finanziamento più appropriato.

Spesso si riscontra coerenza con obiettivi di Avvisi formativi del conto di sistema, ma altrettanto spesso le imprese vengono indirizzate sul conto formazione per esigenze specifiche.

Per quanto riguarda la collaborazione con le parti sociali, nelle azioni formative della Optodinamica non è stata molto evidente, in quanto nel progetto il loro ruolo si è espresso prevalentemente nel comitato di pilotaggio, all'interno del quale è stato costantemente monitorato l'andamento del piano, nel suo insieme, e il completo coinvolgimento delle imprese e di tutti i lavoratori.

Poiché l'attività formativa svolta alla Optodinamica non ha presentato criticità e si è svolta secondo quanto previsto, le parti sociali non sono intervenute direttamente in nessuna fase del processo.

3.3 L'impatto della formazione

Per quanto riguarda l'azione formativa relativa alla web strategy, questa ha posto le basi per la pianificare la presenza sui social media, migliorando così il sistema di comunicazione diretta con i propri clienti, soprattutto ottici. Inoltre renderà visibili anche al consumatore finale le possibilità tecnologiche offerte dall'azienda per la realizzazione delle lenti, sia da vista che da sole o da vista e sole contemporaneamente.

Chiaramente le possibilità di intaccare le posizioni commerciali dei competitors non sono elevate, ma l'azienda cercherà comunque di mantenere le proprie quote e di ampliarle ove possibile, grazie soprattutto alle nuove lenti fotocromatiche e polarizzate, che rappresentano una interessante novità tecnologica nel settore.

La presenza sui social media rappresenta una vera e propria innovazione per l'Optodinamica, che storicamente e per cultura predilige il rapporto diretto con i clienti per il tramite dei propri agenti, ma tale presenza è ormai imprescindibile e rappresenta anche uno strumento che Optodinamica mette a disposizione proprio degli agenti per far conoscere meglio i prodotti proposti.

Un impatto più diretto sull'organizzazione ha avuto senz'altro l'azione formativa sulla gestione documentale connessa alle innovazioni normative sulla privacy.

Nel corso degli anni le procedure interne relative a questo settore non erano state più aggiornate e quindi venivano gestite in maniera automatica, senza la necessaria consapevolezza sulla loro effettiva utilità.

La formazione sui nuovi adempimenti connessi con l'attuazione del codice della privacy ha fatto sì che le figure amministrative deputate a questa attività aggiornassero le proprie competenze e si rendessero più attive nella gestione e nel trattamento dei dati presenti in azienda, sviluppando anche procedure interne da incastrare con quelle previste per la certificazione della qualità.

3.4 Considerazioni riepilogative

Dalle evidenze documentali e dai colloqui con il referente aziendale è emersa una sostanziale positività dell'intervento realizzato. Il passaggio dall'analisi del fabbisogno alla realizzazione delle azioni è stato guidato in maniera efficace dall'ente gestore del piano, in stretta collaborazione con il referente aziendale. Ciò ha permesso lo svolgimento completo delle azioni programmate, senza il verificarsi di scostamenti. Le modalità formative concordate con l'azienda sono state apprezzate dai lavoratori che ne hanno confermato l'efficacia.

Anche l'azienda ha verificato l'efficacia delle azioni formative svolte, rilevando un aumento dei propri clienti, e un miglioramento dei processi organizzativi interni riferiti alla gestione dei dati.

4. CONCLUSIONI

4.1 Gli elementi che hanno influito positivamente sulla formazione

Come evidenziato in precedenza, il fabbisogno formativo della Optodinamica era abbastanza specifico, conseguente ad un percorso di crescita aziendale all'interno del quale andava inserito.

Il successo dell'attività formativa realizzata è il risultato soprattutto della stretta collaborazione con l'ente che ha attuato il piano formativo.

Da un lato l'azienda ha creduto nella formazione quale leva competitiva per ottenere la crescita auspicata. Questa consapevolezza l'ha portata ad individuare in Fondimpresa lo strumento che meglio si adatta a favorire i processi di innovazione, in quanto estremamente flessibile, gratuito e adeguatamente supportato. Sia attraverso il conto formazione, sia accedendo al conto di sistema, l'azienda riesce sempre, nei tempi e nelle modalità desiderate, a far sì che i propri dipendenti ricevano la formazione di cui hanno bisogno.

D'altro canto, la presenza sul territorio di un ente qualificato come Cosmo Servizi, che intercetta puntualmente i fabbisogni delle imprese locali, è fondamentale per ottimizzare l'uso delle risorse Fondimpresa, disponibili per le imprese sia sul conto formazione che provenienti dal conto di sistema.

Per quanto riguarda questo specifico piano formativo, in cui sono incluse le azioni della Optodinamica, Cosmo Servizi ha svolto un'analisi territoriale puntuale, individuando le aziende le cui esigenze fossero più coerenti con l'obiettivo del piano. L'interfacciarsi continuo con i referenti dell'impresa ha permesso non solo di progettare al meglio le singole azioni formative, concordando tempi e modalità che fossero ritenuti più efficaci, ma anche l'individuazione di docenti con le competenze giuste.

La soddisfazione dei lavoratori per essere riusciti ad accrescere le proprie capacità lavorative e l'apprezzamento per essere stati seguiti in questo percorso da consulenti esperti, è un elemento certamente positivo che va sottolineato.

4.2 Le buone prassi formative aziendali

Le azioni formative realizzate dalla Optodinamica hanno avuto una struttura e una metodologia molto semplici, che proprio per questo sono certamente replicabili. Possono rappresentare una buona pratica in quanto:

- sono state sicuramente efficaci, generando risultati più che adeguati rispetto a quelli attesi. In particolare va sottolineato che le attività formative sono state un tassello del percorso di crescita dell'azienda, la quale ha ritenuto imprescindibile l'aggiornamento delle competenze dei lavoratori per ottenere il risultato strategico che si era prefisso.

Optodinamica ha infatti rilevato la necessità di innovare le tecniche di vendita aggiungendo un canale promozionale a quelli già consolidati. Ha ritenuto di non dover esternalizzare completamente questa attività ma che fosse necessario far acquisire anche ad alcuni dipendenti delle conoscenze di base per avviare e mantenere la propria presenza sui social media.

Il percorso che va dall'individuazione di una strategia di crescita all'identificazione degli strumenti e delle modalità per perseguirla, tra cui la formazione dei dipendenti, rappresenta una pratica virtuosa che non sempre viene seguita dalle aziende. Non sempre, infatti, la formazione continua è parte di una scelta strategica ma spesso è solo una routine dettata dalle imprescindibili innovazioni tecnologiche aziendali.

- La realizzazione con il contributo del conto di sistema di Fondimpresa ha massimizzato l'efficienza economica, in quanto a fronte del solo costo del lavoro sostenuto dall'azienda, non sono state impegnate ulteriori risorse finanziarie; inoltre la gestione amministrativa spostata sull'ente attuatore ha contenuto ulteriormente il costo dell'azione.

4.3 Conclusioni

L'intervento formativo analizzato, pur se poco significativo singolarmente preso, va inquadrato nell'ottica del piano formativo nel suo complesso., nel quale si inserisce a pieno titolo per il suo richiamo alla competitività delle imprese e del territorio.

A partire dall'analisi dei fabbisogni, passando attraverso la progettazione delle singole azioni formative, fino alla loro realizzazione e monitoraggio, ogni fase è stata curata nel dettaglio, sia dall'ente che dall'azienda.

La determinazione dell'azienda nel voler realizzare l'azione formativa in coerenza con il proprio percorso di crescita e la competenza gestionale dell'ente sono state, quindi, determinanti per il successo del progetto.

La referente dell'azienda ha sottolineato come le attività formative abbiano rafforzato la fiducia dei lavoratori nell'azienda, in quanto si sono sentiti supportati nella loro crescita professionale e determinanti per lo sviluppo aziendale.

La Optodinamica può rappresentare, proprio in questo periodo di crisi economica, un esempio di azienda che partendo da un'impresa familiare, in un piccolo comune di una piccola regione, si possono comunque raggiungere risultati di tutto rispetto se si svolge con passione la propria attività e si sanno accompagnare adeguatamente i processi di innovazione che oggi, ancor più che in passato, sono indispensabili per rimanere sul mercato.