



OBR Veneto

Organismo Bilaterale Regionale del Veneto
per la Formazione Professionale

Silter SRL

Ambito Tematico Strategico:
Innovazione tecnologica

**LEGGERE E INTERPRETARE IL FUTURO: I
PRODOTTI DI DOMANI**

Storia di formazione realizzata da Stefano Dal Pra Caputo e Maria Letizia Massai

Codice del piano formativo: AVI/185/18

Titolo: GREEN PLASTIC: l'utilizzo delle bioplastiche per una nuova bio-economia circolare nella filiera alimentare

Indice

1. Introduzione	4
2. Strategie aziendali e ruolo della formazione continua.....	5
2.1. Breve profilo dell'azienda e del settore.....	5
2.2. Orientamenti strategici e processi di innovazione	6
2.3. Obiettivi aziendali e ruolo della formazione.....	7
2.4. Considerazioni riepilogative	7
3. Il piano formativo	8
3.1. L'analisi del fabbisogno, metodologie e risultati	8
3.2. Il processo formativo dalla progettazione alla valutazione degli esiti.....	9
3.3. Considerazioni conclusive	9
4. L'impatto della formazione	10
4.1. L'impatto della formazione	10
4.2. Considerazioni conclusive	10
5. Conclusioni	11
5.1. Gli elementi e/o i fattori che hanno influito positivamente sulla formazione	11
5.2. Le buone prassi formative aziendali	11
5.3. Conclusioni	12

1. Introduzione

Il piano AVI/185/18 in conto sistema (avviso numero 4 del 2018 – innovazione tecnologica) è nato sulla base delle esigenze raccolte da ERGON SRL, società di formazione, nei confronti di quattro aziende interessate a conoscere gli strumenti e le modalità per la produzione di nuovi prodotti con l'utilizzo di materiale in bioplastica.

Tra queste aziende rientra anche l'azienda oggetto dell'intervista: Silter SRL.

Silter SRL, società specializzata nella produzione di prodotti in plastica e silicone, è stata accompagnata da ERGON SRL nell'individuazione di un percorso formativo che trattasse il tema delle fonti rinnovabili e bio-compattibili applicata alla produzione dei prodotti.

L'innovazione per SILTER si è concretizzata in diversi punti:

- Individuazione corretta della fonte rinnovabile di partenza
- innovazione nel processo di sintesi della bioplastica;
- Innovazione nella tipologia di impianti o nei parametri di utilizzo degli impianti convenzionali usati per l'estrusione, filmatura, termoformatura, stampaggio ad iniezione del materiale plastico,
- Progettazione e produzione di articoli in materiale bioplastico usa e getta destinati alta filiera alimentare.

Le azioni intraprese nel percorso formativo sono suddivise in tre grandi ambiti: l'ambito dell'impatto ambientale, dove rientra un corso di 32 ore rivolto ad una sola figura, sul riciclo del pet: dal materiale al processo e un corso di 16 ore, rivolto anche in questo caso ad una sola figura, dal titolo: green plastic: riciclo, normative ed economica circolare. Il secondo ambito riguarda la gestione aziendale - amministrazione: in questo caso il corso è stato di 20 ore, ha coinvolto 4 persone e il titolo era risk & project management del progetto di innovazione aziendale. Il terzo ambito riguarda invece le tecniche di produzione, con 2 corsi da 16 ore l'uno, e un partecipante per corso. In quest'ultimo caso le azioni erano "introduzione all'innovazione basata sulle bioplastiche" e "biopolimeri".

Le parti si sono incontrate in data 05/04/2019 presso la sede di Obr Veneto, e hanno proceduto all'esame del piano approvandolo, ritenendolo idoneo e coerente con i fabbisogni evidenziati dalle imprese e dai lavoratori. I firmatari del verbale di condivisione sono: Confindustria, CGIL, CISL e UIL.

L'obiettivo che si era dato l'azienda SILTER SRL era quello di conoscere e comprendere come nuovi prodotti più sostenibili potevano essere prodotti attraverso l'utilizzo dei macchinari già presenti all'interno dell'azienda.

Come si potrà leggere nel report, nonostante l'utilità del corso riconosciuto dai partecipanti, dall'imprenditore e dal reparto formazione all'interno dell'azienda, le azioni studiate potranno essere utilizzate **soltanto** in un periodo a medio-lungo termine. Da un lato con il covid-19, che ha cambiato le abitudini sugli utilizzi dei prodotti e dall'altro l'aumento dei costi dell'energia per la produzione, ha provocato uno "stallo" in termini di attenzione da parte degli utenti finali sulla produzione di determinati prodotti. A questo elemento si aggiunge inoltre il fatto che il costo della produzione, con bio-plastiche, rimane ad oggi ancora molto alto e non competitivo.

Non solo, l'azienda lavorando per conto terzi ~~difficilmente~~ tende più a "subire" il cambiamento che a "dettarlo" in termini di prodotti (legge domanda/offerta).

2. Strategie aziendali e ruolo della formazione continua

2.1. Breve profilo dell'azienda e del settore

SILTER S.r.l. è leader nella progettazione e produzione di articoli in silicone liquido (LSR) e termoplastici per diversi settori, tra i quali: industriale, medicale, automotive, militare, fashion, alimentare. Con i suoi numerosi anni di esperienza nello stampaggio di elastomeri, riesce a far fronte allo sviluppo di varie applicazioni: guarnizioni, ventose, o-ring, cover, cinturini, protezioni per alte e basse temperature, prodotti custom anche food e medical grade.

Con quaranta presse completamente automatizzate, un forno di post curing, un reparto di finitura con sbavatura ad azoto liquido officina stampi e un gruppo di tre aziende con Silter come capofila, l'azienda propone al cliente un servizio completo, solitamente gestito in 4 fasi:

- Progettazione del componente
- Progettazione e realizzazione del prototipo
- Realizzazione dello stampo di produzione
- Produzione industrializzata

Grazie al parco macchine all'avanguardia, Silter è in grado di offrire competitività e flessibilità in tutte le lavorazioni di grandi, medi e piccoli lotti.

La produzione viene gestita da personale altamente qualificato con esperienza trentennale nel settore. Il sistema di controllo qualità viene effettuato in più fasi:

Alla fonte (materie prime)

- Alla produzione (automaticamente su ogni articolo stampato)
- Nella confezione
- Nell'imballaggio
- Nella spedizione
- Supervisione su prodotti a campione tramite strumenti professionali (microscopio, durometro, ecc..)
- Controlli periodici programmati su tutti gli impianti di lavorazione, in modo da garantire il massimo della qualità.

Oltre alla plastica, la società è specializzata nel silicone liquido o LRS. Questo inizia ad essere usato nel settore industriale verso fine degli anni '70 e negli anni è diventato uno dei materiali preferiti per la produzione di parti e prodotti flessibili. Lo stampaggio a iniezione di gomma siliconica liquida differisce dallo stampaggio di gomma ad alta consistenza (HCR) e dai processi di stampaggio a iniezione di materiali termoplastici.

La versatilità dei componenti in silicone LSR deriva dalla sua composizione chimica basata sui legami silossanici, essa aiuta anche a fornire eccellenti prestazioni meccaniche e resistenza, un'ottima resilienza al rimbalzo oltre che la capacità di trasferire energia dopo l'applicazione di una forza in quantità maggiore di molti altri elastomeri.

Un'altra caratteristica unica è la resistenza nel tempo e il mantenimento delle proprietà elastiche del componente; per queste qualità il silicone LSR è il materiale preferito per le applicazioni di pompaggio e dove ci sono ripetuti cicli di compressione o sollecitazioni continue (switch, interruttori, membrane, soffietti).

Il silicone liquido per stampaggio a iniezione offre facilità di lavorazione, produzioni ad alto volume, qualità costante delle parti e maggiore e può essere sovrastampato a plastica, metallo, vetro e altri materiali.

Silter è leader nello stampaggio a iniezione di componenti a disegno in plastica e silicone di alta qualità per l'industria. Siamo specializzati sia nelle produzioni ad alto volume e altamente automatizzate, che nelle produzioni di piccoli lotti a partire da 1000 pz (tipicamente preserie o componenti da industrializzare); produciamo su misura guarnizioni, connettori, soffietti, componenti tecniche, O-ring speciali, valvole, particolari sovrastampati e mascherature.

I settori di applicazione di Silter sono decine. Industriale, Componentistica tecnica, passacavi, guarnizioni, parti a

disegno. Medicafe, Dispositivi medici monouso e sterilizzabili in silicone medicafe. Alimentare, Stampi in silicone, lecca pentole/ ciotole, accessori, E tanto altro ancora tra cui il settore elettrico, militare e la moda con bracciali, orologi e accessori.

Oltre agli articoli di serie SILTER S.r.l. è in grado di realizzare qualsiasi particolare richiesto anche su disegno in modo da soddisfare le esigenze dei clienti.

La particolare struttura dell'azienda, sviluppata su un'area di 8.000 mq, garantisce la qualità e la velocità adeguata alle esigenze del cliente.

Attualmente l'azienda ha le certificazioni ISO 9001:2015, ISO 45001:2018 (Sistema di gestione della salute e della sicurezza sul lavoro) e MOCA(Materiali e Oggetti a Contatto con Alimenti). Nel breve periodo l'obiettivo è quello di prendere ulteriori certificazioni sul tema ambientale.

Il 95% dei prodotti realizzati viene distribuito all'interno del mercato italiano mentre il restante 5% all'estero. La particolarità dell'azienda deriva anche dalla capacità, attraverso macchinari all'avanguardia, di riuscire a stampare pezzi in silicone dal peso importante. Tutto questo attraverso un percorso di customizzazione del prodotto.

Non sono presenti altri sedi e stabilimenti e il maggior cliente della società risulta essere Silikonmart SRL (Silikomart è un'azienda italiana leader nella produzione di stampi in silicone per cucina che offre una vasta gamma di prodotti dal design innovativo.) che ha partecipato anch'essa al progetto formativo. Un'altra società, SLOT SRL, è il luogo dove di norma vengono realizzate le prove dello stampo che poi diventano a tutti gli effetti i prodotti che andranno all'interno dei macchinari che realizzeranno i prodotti.

L'andamento del settore è tutto sommato positivo in quanto l'azienda stessa attraverso la produzione è concentrata in diverse nicchie. Nonostante questo da un lato la concorrenza estera, soprattutto negli anni precedenti, è stata forte e importante (Cina in particolare) dall'altro anche a livello nazionale la discussione sull'utilizzo del materiale plastico è diventata sempre più all'ordine del giorno. Discussione che si è sviluppata anche e soprattutto negli anni precedenti alla pandemia, dove l'usa e getta è diventato un elemento fondamentale nel settore sanitario a causa del covid-19, con l'ipotesi dell'introduzione di una tassa sulla plastica. Ad oggi il tema rimane ancora in discussione ma – come segnalato dagli intervistatori – rimane un elemento di minaccia esterna.

Secondo i dati pubblicati da Eurostat nel febbraio del 2022 dal 2009 al 2020 la produzione dell'industria manifatturiera di articoli in gomma e plastica in Italia è cresciuta da 32,2 milioni di euro nel 2009 al picco di 45,3 milioni di euro nel 2019. Una crescita di quasi 13 milioni di euro. Crescita che però sembra essere diminuita nel 2020, nonostante la pandemia, e che bisognerà monitorare nei prossimi anni per capire se sarà in diminuzione o meno. Anche a livello globale la crescita dell'utilizzo della plastica è stata continua negli ultimi decenni. Si stima che nel 2021 la produzione globale di materie plastiche sia stata di 390,7 milioni di tonnellate, con un aumento annuo del 4%.

A causa della pandemia e del ritardo delle merci si sottolinea come, anche da parte dell'utente finale, vi sia una maggiore attenzione al made in Italy e alla produzione locale. Questo fa sì che nel breve periodo ci possa essere un buon ritorno economico, anche se – in linea generale, i ritardi delle merci stanno provocando danni alla società Silter nel suo complesso visto la difficoltà di programmare le consegne.

Silter è tra i leader del settore e collabora con grandi realtà internazionali: tra queste Nespresso, O-BAG e Beretta. La società non ha altre sedi ma ha altre società con cui collabora e che fanno parte del progetto più ampio che sono presenti nella stessa via a pochi passi dalla sede.

2.2. Orientamenti strategici e processi di innovazione

Ad oggi Silter ha una forza produttiva maggiore e più alta rispetto a quanto realmente produce annualmente.

Questa da un lato è una scelta per evitare eventuali problematiche di ordini inevasi a causa dell'impossibilità di

stare dietro alle commesse, dall'altro può permettere di poter puntare a nuovi settori e svilupparsi su diversi mercati. Proprio per questo l'azienda sta spingendo molto sul lato del marketing. Ci sono in essere alcune collaborazioni esterne con società che stanno formando il personale per migliorare la parte comunicativa e inoltre l'azienda sta partecipando a diverse fiere del settore. Uno degli obiettivi è infatti quello di migliorare il processo di internazionalizzazione cercando di aumentare quel 5% che rappresenta oggi il mercato esterno a fronte di un 95% di vendite sul mercato italiano.

Tra le diverse tecnologie abilitanti sono state inserite diversi macchinari 4.0. che permettono di gestire con meno intervento umano la produzione e allo stesso tempo di diminuire l'impatto sull'ambiente. In questo senso attraverso una visita proprio nell'area produttiva è stato mostrato come le macchine della produzione siano state sostituite con macchine elettriche che permettono di inquinare meno (non producendo olio) e allo stesso elevare il lavoro degli operai che vengono utilizzati meno per fare azioni ripetitive.

Durante la pandemia due figure all'interno dell'azienda hanno lavorato in Smart Working e tutt'ora viene adottato per chi ne fa richiesta all'interno dell'area amministrativa. Visto che la società è legata al mondo del food durante la pandemia questa è rimasta aperta perché rientrava tra le aziende fondamentali nell'intera filiera produttiva italiana.

2.3. Obiettivi aziendali e ruolo della formazione

Gli obiettivi dell'azienda sono quella di continuare la crescita. Se nel corso degli anni vi è stato un grosso investimento su industria 4.0 con nuovi macchinari più sostenibili e che permettano di migliorare i processi produttivi, in questi anni, anche a causa dei continui cambiamenti esterni, si è puntato molto sulla formazione del personale. Questa formazione rientra a pieno nel percorso realizzato nel piano formativo. È una formazione, infatti, che vuole vedere non solo nel breve periodo, ma anche nel medio-lungo con investimenti su nuovi progetti possibili. Lo dimostra il corso realizzato nel piano formativo.

Nel corso degli ultimi anni l'azienda ha spaziato molto nell'ambito della formazione in generale. Molti anni fa i corsi principali erano più legati alla produzione e alla sicurezza. Successivamente si è passati a realizzare corsi legati al team building e industria 4.0 che hanno visto una concreta applicazione con l'arrivo negli ultimi anni dei nuovi macchinari che hanno permesso di migliorare tutto il processo. Viene data molta attenzione in questo ultimo periodo alla parte alimentare e proprio per questo vengono realizzati corsi ad hoc. La parte alimentare della produzione vede come tassello fondamentale l'attenzione e lo sforzo non solo nella produzione ma anche nella gestione dei prodotti che devono essere "perfetti".

Anche sul tema ambientale e della qualità e della sicurezza ci sono stati passi in avanti importanti e proprio su quest'ultimo filone, l'ambiente, ci è una maggiore attenzione e consapevolezza da parte dell'azienda. Negli ultimi mesi l'attenzione verte anche nella gestione dei dati e proprio per questo l'azienda con alcuni dipendenti sta partecipando a corsi di Excel avanzati. La parte amministrativa inoltre sta facendo corsi sulla contabilità per migliorare ulteriormente.

2.4. Considerazioni riepilogative

L'azienda ha investito negli ultimi anni molti fondi nell'acquisto di nuovi macchinari, con la tecnologia industria 4.0, in grado di ottimizzare i processi di produzione. Gli investimenti sono stati realizzati in buona parte grazie ai fondi di industria 4.0. Investimenti che sono stati realizzati anche dall'azienda che gestisce la parte iniziale del processo ovvero SLOT.

Ancora oggi una quota molto importante, pari al 15% del fatturato, viene utilizzata per fare investimenti continui e per realizzare formazione nei confronti del capitale umano. La formazione, quindi, gioca un ruolo centrale e allo stesso tempo è emersa con chiarezza la volontà, almeno prima della pandemia, di provare a capire come stesse cambiando il mercato. Sicuramente il covid-19 ha rallentato un processo ma che sarà, così come dichiarato

dall'azienda, recuperato nel medio-lungo periodo viste le nuove esigenze produttive e le nuove richieste provenienti dall'esterno.

Oltre al tema di industria 4.0 – l'azienda su questo risulta essere all'avanguardia per la gestione dei processi – vi è un'evidente attenzione anche al tema ambientale. Non solo per il corso effettuato ma anche più in generale per i miglioramenti intercorsi con gli investimenti nei nuovi macchinari.

Nonostante l'azienda rientri a pieno nel settore dell'industria è interessante notare come più volte sia emerso come si tende a vendere un servizio, ovvero una customizzazione del prodotto e del progetto.

3. Il piano formativo

3.1. L'analisi del fabbisogno, metodologie e risultati

L'analisi del fabbisogno è strutturata sotto diversi punti di vista. Da un lato Silter SRL aveva la necessità di capire come stesse “cambiando il mondo” e quali fossero i nuovi trend di sviluppo. Questa necessità nasceva soprattutto dai continui input che provenivano per esempio dalle fiere a cui Silter stessa partecipava. Durante questi momenti in molti casi clienti venivano a chiedere se l'azienda fosse disponibile a produrre attraverso bioplastiche. In generale quindi l'analisi del fabbisogno avviene anche “ascoltando” il cambiamento sia a livello macro (con articoli e analisi sulla materia) e sia a livello micro con i continui input ricevuti.

Nel 2015 infatti la Commissione UE ha adottato un piano d'azione in cui ha individuato la plastica come priorità chiave e si è impegnata a elaborare "una strategia per affrontare le sfide poste dalle materie plastiche in tutte le fasi della catena del valore e tenere conto del loro intero ciclo di vita". Nel 2017 essa ha confermato la sua intenzione di concentrarsi sulla produzione e l'uso della plastica e di adoperarsi verso il conseguimento dell'obiettivo della riciclabilità di tutti gli imballaggi di plastica entro il 2030.

Grazie alla spinta data dalla “Strategia europea per la plastica nell'economia circolare” (2018) si stanno sviluppando tipi alternativi di materie prime (ad esempio, la plastica biologica o la plastica prodotta da biossido di carbonio o metano), che offrono le stesse funzionalità della plastica tradizionale con un impatto ambientale potenzialmente inferiore, ma che al momento rappresentano una piccolissima fetta del mercato: manca infatti spesso la consapevolezza dei vantaggi offerti dalla plastica riciclata a ciclo chiuso e la resistenza al cambiamento dei fabbricanti dei prodotti.

Proprio per far fronte a questo cambiamento ERGON SRL ha coinvolto 4 aziende clienti, tra cui Silter, in un processo di accompagnamento alla realizzazione di materiale usa e getta destinati al contatto con gli alimenti in materiali bioplastici derivanti da fonti rinnovabili e bio-compatibili. L'innovazione aveva un potenziale tanto più elevato quanto più deriva da fonti rinnovabili naturalmente presenti in grande abbondanza (ad es. le alghe), perché aumenta la sostenibilità della fonte nella misura in cui non c'è neppure richiesta di energia aggiuntiva e quindi emissione di carbonio derivante dal processo di coltivazione.

SILTER SRL, SLOT SRL, GMP SRL erano accumulate dal fatto che al momento attuale non sono ancora state toccate dall'innovatività e dalle potenzialità portate dai materiali bioplastici, ed intendono quindi innovare i propri prodotti.

L'esigenza, nel caso specifico, si manifestava in particolare per la necessità di operare ed entrare nel settore dell'industria alimentare, della grande distribuzione organizzata e del catering: in questo settore, infatti, l'utilizzo delle bioplastiche è vastissimo, a partire dai sacchi per la raccolta differenziata della frazione organica, alle buste asporto merci, ai piatti, posate e bicchieri utilizzati in principale modo durante eventi e manifestazioni.

Al progetto hanno partecipato cinque figure interne all'azienda. Due soci, addetti alla gestione aziendale, 2 addetti amministrativi e un tecnico commerciale. Nell'ultima azione ha partecipato una sola persona.

3.2. Il processo formativo dalla progettazione alla valutazione degli esiti

Il gruppo imprenditoriale che era stato costituito attorno al progetto includeva referenti di ogni azienda beneficiaria che avevano condiviso lo sviluppo dell'innovazione ognuno per la sua specificità. Alcuni componenti del team hanno partecipato attivamente alle attività preparatorie, collaborando con il team di ricerca per la definizione delle competenze da inserire (offrendo un quadro dello stato di avanzamento delle competenze per i lavoratori dell'azienda) e dei contenuti maggiormente utili all'impresa. Gli altri membri del team hanno partecipato al Piano in veste di consulenti/referenti ciascuno per l'area di competenza, al fine di supportare il lavoro di monitoraggio al Piano.

La valutazione degli esiti del piano all'interno dell'azienda è difficilmente calcolabile poiché prevede un impatto non tanto sul breve periodo ma sul lungo periodo. All'interno del progetto è stata coinvolta nella formazione solo il settore della produzione.

Per la valutazione sono stati consegnati dei questionari ai partecipanti a metà corso e a fine corso hanno rilevato: il grado di soddisfazione sulla docenza, sull'organizzazione, sul materiale didattico informativo utilizzato, sugli orari ed il calendario, sulle metodologie formative, sugli strumenti didattici; la percezione sul grado di efficacia dell'interventi nella propria attività lavorativa, sul grado di applicabilità delle conoscenze acquisite alle proprie mansioni e sul grado di trasferibilità delle competenze apprese.

I questionari consegnati ai referenti di corso e comunque alla direzione delle aziende beneficiarie a metà corso e a fine corso hanno rilevato: la percezione dell'utilità del percorso formativo al fine del raggiungimento degli obiettivi strategici aziendali, la percezione sul grado di conformità dei contenuti e delle metodologie adottate nel corso rispetto ai fabbisogni formativi rilevati, il grado di soddisfazione sulla progettazione didattica del corso.

3.3. Considerazioni conclusive

Il piano formativo risulta da parte dell'azienda molto interessante. Nonostante il forte interesse risulta di difficile comprensione capire quale sarà l'impatto della formazione nel medio-lungo termine perché mancano parametri oggettivi.

Il personale si è detto molto interessato nel capire come il mondo "green" stesse evolvendo e in che direzione stesse andando il mercato. In generale più volte è emerso dall'intervista che per Silter era di fondamentale importanza capire come e dove "stesse andando il mondo" per farsi trovare pronti. Le grandi difficoltà di attuazione del piano formativo sono dovute in buona parte all'emergenze di carattere internazionale a cui stiamo ancora assistendo e che hanno frenato la parte attuativa del piano.

Anche sulla base delle considerazioni espresse nel capitolo 1 sul grande cambiamento sul tema delle plastiche, è inevitabile però come la ricerca da parte dell'azienda di sostituti alle plastiche – come le bio-plastiche – è e sarà un elemento centrale per il futuro, nonostante un mercato che non sembra diminuire la propria crescita.

4. L'impatto della formazione

4.1. L'impatto della formazione

L'impatto della formazione non è del tutto calcolabile vista la mancanza, a causa della pandemia e dei cambiamenti "esterni", della realizzazione concreta di quanto appreso. Sono però, in ogni caso, rintracciabili alcuni tasselli fondamentali che possono in ogni caso dare un'idea di come la formazione sia fondamentale per una programmazione più nel lungo-medio periodo.

I lavoratori intervistati hanno segnalato come soprattutto nell'analisi dei materiali delle bio-plastiche sia stata acquisita una conoscenza che prima non avevano. Una prima infarinatura di un mondo decisamente complesso e in continuo mutamento, con bisogno in continua evoluzione.

Un eventuale cambiamento del modo di lavorare non vi è stato anche se – come segnalato nell'intervista – sono cambiati alcuni comportamenti dei singoli lavoratori e lavoratori che sono sempre più attenti al tema ambientale.

Quando vi è l'esigenza di trovare una nuova clientela o di confrontarsi con un cliente che ha nuove esigenze viene utilizzato anche il materiale didattico che è stato fornito durante il corso di formazione. Nel caso specifico è stato segnalato che nuovamente un elemento esterno come il ritardo dei tempi di consegna sta provocando un rallentamento anche del processo di cambiamento. Di norma i materiali vengono ordinati e una volta ordinati ci vogliono tra i cinque e sei mesi per riceverli. Questo provoca di conseguenza un ritardo anche nel cambiamento (eventuale – non ancora richiesto) del processo di cambiamento.

La formazione somministrata risulta utile più per i singoli che per l'attività lavorativa ma, come ribadito più volte, questa sarà ancora più importante nell'ottica del medio-lungo termine e quando dall'esterno arriveranno ordini con richieste specifiche.

La formazione è stata utile e sarà utile per la crescita professionale sia da parte del lavoratore stesso sia da parte dell'azienda che nei futuri colloqui con la clientela potrà essere più pronta al cambiamento.

4.2. Considerazioni conclusive

Anche in questo caso gli elementi esterni, dapprima la pandemia, poi il ritardo delle spedizioni e infine l'aumento del costo del gas stanno rallentando un processo che, almeno fino a qualche anno fa, sembrava irreversibile. Da parte dell'azienda c'è da segnalare come vi sia una sensibilità nel cambiamento anche se questo sembra non ancora essere arrivato.

I costi di produzione uniti al fatto che l'azienda lavora in conto-terzi fanno sì che l'azienda si sia dotata in questi ultimi di percorsi formativi innovativi che potranno essere sfruttati negli anni avvenire e non solo nel breve periodo. Questo è un elemento sicuramente interessante perché mostra come questa realtà sia conscia del cambiamento e sia pronta, quando sarà il momento, ad essere parte dei nuovi processi.

5. Conclusioni

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

Dall'intervista realizzata con Silter e dalla lettura del piano formativo emerge come vi sia una visione a lungo termine dell'azienda. Le azioni formative, infatti, rispondono a diversi input: da quelli che sono stati avanzati dai clienti e altre aziende nelle fiere del settore alla maggiore sensibilità che i clienti finakli stanno maturando sul tema del riutilizzo e più in generale dell'utilizzo consapevole della plastica nel pianeta.

Questa visione a lungo termine è sicuramente un elemento che giova e gioverà all'azienda perché permette di poter analizzare e comprendere i cambiamenti ancora prima che avvengano.



I fattori che hanno influenzato positivamente la formazione riguardano la capacità di prevedere, per tempo, come cambieranno i processi a lungo termine. Non solo, la formazione potrà infatti nei prossimi anni permettere di aumentare le vendite con il posizionamento in nuovi mercati con nuovi prodotti. La richiesta di bio-plastiche e di materiali alternativi a quelli oggi prodotti infatti sarà sempre più crescente nel futuro a causa di una maggiore sensibilità da parte dei consumatori finali. E il fatto di aver realizzato dei corsi ad hoc ed essere già pronti prima che il cambiamento avvenga conferma la bontà del percorso formativo che Silter, con altre società con cui collabora o da cui riceve ordini, ha fatto.

5.2. Le buone prassi formative aziendali

Non sono state rilevate buone prassi

5.3. Conclusioni

L'analisi SWOT mette in luce da un lato gli aspetti positivi della formazione e del posizionamento aziendale, dall'altro le possibili minacce. Di sicuro tra gli aspetti positivi e le opportunità rientrano la visione a lungo termine della società e la possibilità di aumentare, qualora ce ne fosse bisogno, la produzione dei pezzi. Non solo, tra gli elementi di sicuro positivi vi sono anche l'adattabilità dei macchinari. Al netto delle difficoltà di produrre con bio-plastiche a causa degli eccessivi costi dei prodotti, i macchinari 4.0 sono perfettamente adattabili ad eventuali nuove esigenze di produzione. Proprio per questo da un lato i macchinari e dall'altro lato l'attenzione verso il cambiamento da parte dell'azienda risultano elementi centrali.

Dovendo individuare debolezze e minacce, sicuramente tra le minacce non si può non segnalare la sensibilità della clientela che nel corso del tempo sta cambiando. Soprattutto sul tema della plastica la sensibilità dei nuovi consumatori, generazione Z, sta cambiando. E la visione e la tendenza al cambiamento sembra essere decisamente "drastica" rispetto ad una società che ha visto la plastica come elemento di "comodità" sempre e comunque. Questo cambiamento porterà inevitabilmente, oltre ad una diminuzione dell'inquinamento prodotto, ad una riconversione dei materiali produttivi che dovranno essere adattati alle nuove esigenze.

Al netto del cambiamento della clientela, a cui però concretamente non si sta ancora assistendo visto che gli ordini nei prodotti in silicone e plastica sono invariati, la forza di Silter sta proprio nell'aver già indagato, per tempo, quali potrebbero essere i futuri scenari e come poterli applicare concretamente all'interno dell'azienda.

Il paradosso che si crea in questo caso è che nonostante da parte dell'azienda vi sia una forte capacità di capire come evolverà il mercato nel futuro, ovvero un mercato dove le bio-plastiche e l'attenzione a prodotti più sostenibili sarà sempre maggiore da parte dei consumatori finali e da giovani che nel frattempo avranno aumentato il loro potere di acquisto, la formazione che è stata pienamente apprezzata e definitiva più volte dagli intervistati come utile e concreta, a causa della pandemia del Covid-19 abbia subito un forte arresto nella sua parte di applicazione reale. Infatti, la produzione di prodotti con le bio-plastiche non è stata del tutto attuata, anche a causa del forte aumento dei costi che proprio in questi ultimi mesi – unita alla forte inflazione – sta colpendo tutta la filiera della plastica e del silicone (così come altre). A livello globale si prevede che la crescita della produzione di prodotti in bio-plastica continuerà nei prossimi anni, con proiezioni che indicano che la capacità produttiva globale di bioplastiche potrebbe raggiungere i 7,6 milioni di tonnellate entro il 2026. Ecco perché, al netto dell'arresto sull'oggi, dovuto anche a continue dinamiche esterne – alcune epocali come la pandemia covid-19 che non si proponeva così a livello globale dall'influenza spagnola di un secolo prima – e all'aumento imperante dell'inflazione, come anche sottolineato dagli intervistati di sicuro le conoscenze acquisite saranno utili nel medio-lungo periodo.