



Riunione della Giunta camerale del

23	/	06	/	2022
gg		mm		aaaa

Allegato n. 2

SCHEDA DI VALUTAZIONE INIZIATIVE DI SETTORE

TITOLO DELL'INIZIATIVA

Il Fattore C dell'azienda: Cliente e Cambiamento. Percorsi formativi per la Competitività nel mercato

PERIODO DI SVOLGIMENTO

26 aprile 2022 - 15 settembre 2023

CONTRIBUTO RICHIESTO €

100.000

SPESA PREVISTA €

257.000

NOTE*

*In caso di rettifica del contributo per superamento del cumulo dei benefici pubblici



PARAMETRI DI VALUTAZIONE	INIZIATIVA	COLONNA RISERVATA UFFICIO BANDI
Iniziativa inserita in un settore	<input type="checkbox"/> Agricoltura <input type="checkbox"/> Artigianato <input type="checkbox"/> Industria <input checked="" type="checkbox"/> Commercio	
Iniziativa inserita in una delle aree prioritarie di intervento promozionale per il 2022	A) COMPETITIVITÀ DELLE IMPRESE <input type="checkbox"/> Innovazione e digitalizzazione delle imprese e della PA <input checked="" type="checkbox"/> Sostegno alla competitività delle imprese e dei territori <input type="checkbox"/> Valorizzazione del patrimonio culturale, promozione del turismo, miglioramento delle condizioni ambientali <input type="checkbox"/> Orientamento al lavoro e alle professioni B) REGOLAZIONE DEI MERCATI <input type="checkbox"/> Tutela del consumatore e del mercato, vigilanza, rilevazione prezzi e giustizia alternativa C) COMMERCIO INTERNAZIONALE E INTERNAZIONALIZZAZIONE DEL SISTEMA PRODUTTIVO <input type="checkbox"/> Supporto all'internazionalizzazione delle imprese D) SERVIZI ISTITUZIONALI E GENERALI DELLE AMMINISTRAZIONI PUBBLICHE <input type="checkbox"/> Servizi istituzionali e generali delle Amministrazioni Pubbliche	



CRITERI OGGETTIVI - DIRIGENTE AREA 2 DR MAURO SFREDDO

Pluralità degli Organismi coinvolti incluso il richiedente	<input type="checkbox"/> un solo Organismo <input type="checkbox"/> fino a due Organismi <input checked="" type="checkbox"/> tre Organismi e oltre	<input type="checkbox"/> 15 <input type="checkbox"/> 20 <input checked="" type="checkbox"/> 25
Tipologia dell'iniziativa in termini di individuazione delle imprese destinatarie	<input type="checkbox"/> L'iniziativa prevede l'individuazione delle imprese destinatarie dell'iniziativa stessa oppure <input checked="" type="checkbox"/> L'iniziativa non prevede l'individuazione delle imprese destinatarie dell'iniziativa stessa	
Numerosità e struttura delle imprese destinatarie dell'iniziativa	<p>Se l'iniziativa prevede l'individuazione delle imprese destinatarie dell'iniziativa stessa:</p> <input type="checkbox"/> fino a 20 imprese potenzialmente destinatarie <input type="checkbox"/> da 21 imprese potenzialmente destinatarie e oltre <input type="checkbox"/> fino a 50 addetti potenzialmente interessati <input type="checkbox"/> da 51 addetti potenzialmente interessati e oltre <p>Se l'iniziativa NON prevede l'individuazione delle imprese destinatarie dell'iniziativa stessa:</p> <input type="checkbox"/> fino a 100 imprese potenzialmente destinatarie <input checked="" type="checkbox"/> da 101 imprese potenzialmente destinatarie e oltre <input type="checkbox"/> fino a 500 addetti potenzialmente interessati <input checked="" type="checkbox"/> da 501 addetti potenzialmente interessati e oltre	<input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 10 <input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 10 <input type="checkbox"/> 5 <input checked="" type="checkbox"/> 10



Maggiore percentuale di copertura dei costi di progetto tramite entrate diverse dal contributo camerale	<input type="checkbox"/> dal 50% al 55,99% <input type="checkbox"/> dal 56% al 60,99% <input checked="" type="checkbox"/> dal 61% e oltre	<input type="checkbox"/> 15 <input type="checkbox"/> 20 <input checked="" type="checkbox"/> 25
TOTALE PUNTEGGIO (A)		70



CRITERI DI OPPORTUNITÀ – GIUNTA CAMERALE

Rilevanza, ai fini della promozione dell'economia provinciale e utilità per le imprese, concentrando le risorse su iniziative di maggior rilievo	<p>Breve descrizione</p> <div>Dal punto di vista economico, il progetto è finalizzato a produrre nel medio-lungo periodo un processo di efficientamento delle risorse messe a disposizione dalle imprese nell'aggiornamento continuo dei propri collaboratori e nei processi decisionali.</div>	<input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input checked="" type="checkbox"/> 5
Destinazione alla generalità delle imprese interessate anche non iscritte, non aderenti o non facenti parte dell'Organismo proponente, associazione di categoria, comitato o organismo organizzatore dell'iniziativa	<p>Breve descrizione</p> <div>Il progetto è rivolto alla generalità delle imprese dei settori Commercio Turismo Servizi, poiché intende produrre una ricaduta positiva su tutto il territorio provinciale.</div>	<input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input checked="" type="checkbox"/> 5



<p>Incidenza diretta e duratura sul sistema economico provinciale rispetto a iniziative che hanno riflessi indiretti o soltanto temporanei</p>	<p>Breve descrizione</p> <div data-bbox="435 315 1045 1115"><p>L'incidenza diretta e duratura sul sistema economico provinciale del progetto si tradurrà nel consolidamento della reputation delle aziende del territorio sui rispettivi mercati di riferimento, con conseguenti effetti positivi sulla stabilità del lavoro.</p></div>	<p><input type="checkbox"/> 0</p> <p><input type="checkbox"/> 1</p> <p><input type="checkbox"/> 2</p> <p><input type="checkbox"/> 3</p> <p><input type="checkbox"/> 4</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 5</p>
<p>Carattere innovativo di processo e/o prodotto</p>	<p>Breve descrizione</p> <div data-bbox="435 1249 1066 1892"><p>Il carattere innovativo del processo deriva dai seguenti elementi: a) tematiche trattate negli interventi formativi strettamente correlate agli attuali mutamenti del mercato; b) modalità di erogazione della formazione sempre più flessibili articolate in attività in presenza e a distanza, capaci di coinvolgere una platea più ampia di beneficiari. A tale scopo, saranno utilizzate le piattaforme digitali più avanzate, per permettere un'esperienza formativa coinvolgente ed efficace.</p></div>	<p><input type="checkbox"/> 0</p> <p><input type="checkbox"/> 1</p> <p><input type="checkbox"/> 2</p> <p><input type="checkbox"/> 3</p> <p><input type="checkbox"/> 4</p> <p><input type="checkbox"/> 5</p> <p><input type="checkbox"/> 6</p> <p><input type="checkbox"/> 7</p> <p><input type="checkbox"/> 8</p> <p><input type="checkbox"/> 9</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 10</p>



Adeguatezza del sistema di misurazione dell'efficacia dell'iniziativa/progetto	<p>Breve descrizione</p> <div><p>Il sistema di misurazione dei risultati riguarderà due ambiti: da un lato, si intende misurare il livello di coinvolgimento delle aziende e degli addetti in termini numerici, dall'altro si intende misurare quali esiti l'iniziativa nel suo complesso ha prodotto sulla qualità del lavoro all'interno delle imprese coinvolte.</p><p>La misurazione del livello di partecipazione avverrà attraverso appositi registri, che saranno adottati per la rilevazione delle presenze a ciascuna attività formativa. La misurazione dei risultati potrà avvenire con l'utilizzo di strumenti appositamente predisposti, griglie di osservazione, schede di autovalutazione, tabelle di misurazione delle performance, questionari, interviste telefoniche.</p></div>	<div><input type="checkbox"/> 0</div> <div><input type="checkbox"/> 1</div> <div><input type="checkbox"/> 2</div> <div><input type="checkbox"/> 3</div> <div><input type="checkbox"/> 4</div> <div><input checked="" type="checkbox"/> 5</div>
TOTALE PUNTEGGIO (B)		<div>30</div>
TOTALE A+B		<div>100</div>



APPENDICE: DESCRIZIONE INTEGRALE DELL'INIZIATIVA / PROGETTO



Obiettivo dell'iniziativa/progetto:

Un'azienda è un organismo complesso: al suo interno, racchiude un sistema fatto di persone, flussi, strumenti, al suo esterno si colloca invece il suo oggetto, ossia un servizio o un prodotto che essa propone nel mercato, che è a sua volta composto di altri organismi (aziende, stakeholders, istituzioni, ecc.) e di clienti (i primi fruitori dell'oggetto aziendale). I due livelli dell'azienda, interno ed esterno, possono essere concettualmente distinti, ma per loro natura sono intrinsecamente connessi in uno scambio di valore che li alimenta.

Obiettivo del presente progetto è quello di occuparsi del LIVELLO ESTERNO dell'azienda, in particolare del suo APPROCCIO AL CLIENTE E AL MERCATO. Il livello esterno non è solo il teatro in cui si mettono alla prova le competenze dell'azienda per il raggiungimento del risultato finale, ma è anche fattore di stimolo continuo ad innovarsi e progredire.

La necessità di agire sull'approccio delle imprese rispetto al cliente e al mercato deriva dalla complessità e dalla velocità che oggi caratterizza il contesto socio-economico in cui esse si inseriscono, sempre più competitivo, in evoluzione e diversificato, che le spinge ad adattarsi alle nuove condizioni in tempi rapidi. Ne deriva l'importanza di conoscere approfonditamente il contesto in cui si opera e il modo in cui la domanda si evolve per poter adeguare la propria offerta, ma anche per proporsi in modo vincente e strategico. In uno scenario di mercato sempre più digitalizzato, l'immagine aziendale e la comunicazione non attengono più alla forma, ma alla sostanza del "fare business", identificandosi come conditio per mantenere vivo il legame con il cliente e mantenersi competitivi nel mercato.

In questa logica, con il fine di supportare le imprese del commercio, turismo e servizi di Vicenza nella propria crescita, il Soggetto Presentatore intende realizzare corsi di formazione dedicati allo sviluppo di hard e soft skill deputate alla gestione della relazione con il cliente, alla cura dell'immagine dell'azienda veicolata all'esterno, all'analisi del mercato e delle tendenze delle imprese del Terziario vicentino in ottica di competitività continua.

Le aree tematiche su cui verteranno i corsi di formazione sono le seguenti:

- Commerciale e vendita
- Marketing e comunicazione
- Lingue
- Web & Social marketing
- Food&Beverage

Il progetto "Il Fattore C dell'azienda: Cliente e Cambiamento. Percorsi formativi per la Competitività nel mercato", promosso da "Omissis" in risposta al Bando Unico Annuale della Camera di Commercio Vicenza, si inserisce nell'area prioritaria A) "COMPETITIVITA' DELLE IMPRESE" e riguarda in particolare l'obiettivo A.2) Sostegno alla competitività delle imprese e dei territori.

Coerentemente con l'obiettivo dell'iniziativa, sono stati coinvolti in qualità di partner di progetto: "Omissis". I 3 soggetti, insieme al presentatore, sono portatori di interessi generali per il sistema economico locale e si coordineranno per garantire la realizzazione degli obiettivi progettuali.



Destinatari dell'iniziativa/progetto:

Il progetto è rivolto alla generalità delle imprese dei settori Commercio Turismo Servizi, poiché intende produrre una ricaduta positiva su tutto il territorio provinciale.
Si ritiene di poter coinvolgere più di 100 imprese e più di 500 addetti.

Risultati attesi:

Attraverso la realizzazione degli interventi formativi previsti dal progetto, "Omissis", insieme ai partner coinvolti, si attende di poter innalzare la cultura generale delle imprese del territorio vicentino, fornendo loro gli strumenti per emergere e distinguersi nel proprio mercato di riferimento.

I risultati specifici attesi per le imprese che beneficeranno delle attività formative sono i seguenti:

- maggiore fidelizzazione del cliente a seguito di una migliorata capacità di personalizzare l'offerta e ad una più efficace comunicazione;
- acquisizione di nuovi clienti;
- maggiore visibilità sul mercato, a seguito di una migliorata capacità padroneggiare la comunicazione digitale;
- miglioramento delle performance delle aree aziendali coinvolte nella formazione per effetto dell'acquisizione di nuovi strumenti concettuali ed operativi;
- maggiore reattività al cambiamento come risultato di specifiche e periodiche analisi di mercato;
- management aziendale più proattivo e orientato all'innovazione aziendale;
- aumentata competitività in un contesto in continua evoluzione;
- creazione di nuove competenze tecniche deputate alla gestione del lavoro in un contesto smart e digitale;
- riduzione di sprechi ed inefficienze e conseguente miglioramento organizzativo delle imprese.

I risultati attesi saranno oggettivamente misurabili, attraverso l'applicazione di set di indicatori di risultato messi a punto dai docenti durante la formazione e condivisi durante gli eventi.



Ricadute positive sul territorio:

La seguente proposta darà il via a una reazione a catena virtuosa che porterà ricadute positive nel territorio nel breve e nel lungo termine sia dal punto di vista economico sia dal punto di vista sociale.

BREVE TERMINE – RICADUTA ECONOMICA

Nel breve termine le imprese aumenteranno la propria presenza nel mercato con una comunicazione del Brand mirata e continuativa, permettendo così l'acquisizione di nuovi clienti e la fidelizzazione di quelli già acquisiti. Ciò porterà le imprese beneficiarie a una nuova competitività che si auspica possa generare maggiore profitto, portandole ad una nuova stabilità sia in termini economici sia in termini di reputazione.

LUNGO TERMINE – RICADUTA ECONOMICA E SOCIALE

Si prevede che il progetto formativo possa produrre effetti più profondi nel lungo termine, agendo sulla stabilità e sulla capacità di adattamento ai cambiamenti delle imprese, con effetto positivo sulla tenuta del tessuto economico e sociale della provincia. Il progetto così realizzato inoltre favorirà il mantenimento dell'occupabilità delle risorse umane delle aziende beneficiarie.

Criteri che il beneficiario intende adottare per la misurazione dell'efficacia dell'iniziativa/progetto (es. rilevazione di customer satisfaction o opportuni indicatori qualitativi e quantitativi di valutazione, in relazione agli obiettivi stabiliti):

Il sistema di misurazione dei risultati riguarderà due ambiti: da un lato, si intende misurare il livello di coinvolgimento delle aziende e degli addetti in termini numerici, dall'altro si intende misurare quali esiti l'iniziativa nel suo complesso avrà prodotto sulla qualità del lavoro all'interno delle imprese coinvolte.

La misurazione del livello di partecipazione avverrà attraverso appositi registri, che saranno adottati per la rilevazione delle presenze a ciascuna attività formativa.

La misurazione dei risultati potrà avvenire con l'utilizzo di strumenti appositamente predisposti: griglie di osservazione, schede di autovalutazione, tabelle di misurazione delle performance, questionari, interviste telefoniche.