



## Riunione della Giunta camerale del

23	/	06	/	2022
gg		mm		aaaa

Allegato n. 1

## **SCHEDA DI VALUTAZIONE INIZIATIVE DI SETTORE**

### **TITOLO DELL'INIZIATIVA**

Le 4 "P" dell'azienda: Persona, Professione, Potenziale e Pensiero creativo

### **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	<b>A) COMPETITIVITÀ DELLE IMPRESE</b> <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>B) REGOLAZIONE DEI MERCATI</b> <input type="checkbox"/> Tutela del consumatore e del mercato, vigilanza, rilevazione prezzi e giustizia alternativa  <b>C) COMMERCIO INTERNAZIONALE E INTERNAZIONALIZZAZIONE DEL SISTEMA PRODUTTIVO</b> <input type="checkbox"/> Supporto all'internazionalizzazione delle imprese  <b>D) SERVIZI ISTITUZIONALI E GENERALI DELLE AMMINISTRAZIONI PUBBLICHE</b> <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  <b>oppure</b> <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><b>Se l'iniziativa prevede l'individuazione delle imprese destinatarie dell'iniziativa stessa:</b></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><b>Se l'iniziativa NON prevede l'individuazione delle imprese destinatarie dell'iniziativa stessa:</b></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
<b>TOTALE PUNTEGGIO (A)</b>		<b>70</b>



## 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



Incidenza diretta e duratura sul sistema economico provinciale rispetto a iniziative che hanno riflessi indiretti o soltanto temporanei	<p>Breve descrizione</p> <div>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.</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
Carattere innovativo di processo e/o prodotto	<p>Breve descrizione</p> <div>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.</div>	<input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 6 <input type="checkbox"/> 7 <input type="checkbox"/> 8 <input type="checkbox"/> 9 <input checked="" type="checkbox"/> 10



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>
<b>TOTALE PUNTEGGIO (B)</b>		<div>30</div>
<b>TOTALE A+B</b>		<div>100</div>



## **APPENDICE: DESCRIZIONE INTEGRALE DELL'INIZIATIVA / PROGETTO**





## Obiettivo dell'iniziativa/progetto:

Uno dei modelli di marketing più conosciuti e studiati al mondo è chiamato "Marketing Mix" o "Modello delle 4 P", sviluppato da Philip Kotler, protagonista e innovatore nell'ambito del marketing fin dagli anni '60. Il modello delle 4 P (Product, Price, Promotion e Place), oltre a guidare gli esperti del marketing nell'analisi e nello sviluppo di strategie vincenti, ha il pregio di focalizzare l'attenzione su 4 elementi cardine del marketing, imprescindibili per coloro che intendono valorizzare il processo e raggiungere un obiettivo.

Questo modello, così concepito, può essere traslato dal marketing all'azienda: se viene "scomposta" infatti ci si accorge che ogni azienda racchiude al suo interno un sistema complesso originato e mantenuto in vita da un unico cuore pulsante: il capitale umano. È l'incubatore delle idee, degli obiettivi, della mission aziendale, ma è anche fautore della realizzazione delle stesse idee, del perseguimento degli obiettivi e della mission.

Ecco quindi che le "4 P" dell'azienda sono:

PERSONA

PROFESSIONE

POTENZIALE

PENSIERO CREATIVO

La necessità di agire sul capitale umano dell'azienda, da sempre di importanza strategica, è diventata prioritaria negli anni più recenti, a seguito dei mutamenti innescati dalla pandemia, che ha fatto comprendere la centralità del capitale umano nella capacità di reagire agli eventi da parte delle imprese. Si tratta di un cambiamento culturale che porta a ridefinire il ruolo che la persona detiene all'interno dell'azienda e, di conseguenza, apre a nuovi modelli di gestione del personale.

CoachHub, piattaforma leader mondiale per il coaching digitale, ha individuato 5 tendenze chiave con cui i team HR dovranno misurarsi nel 2022:

1. Maggiore investimento in formazione e sviluppo
2. Lavoro ibrido e da remoto
3. Più attenzione al benessere delle persone
4. Coaching come parte integrante della cultura d'impresa
5. Prontezza di reazione ai cambiamenti.

In linea con tali tendenze e con il fine di supportare le imprese del commercio, turismo e servizi di Vicenza nella propria crescita, attraverso la sua proposta progettuale, il Soggetto Presentatore intende realizzare corsi di formazione dedicati allo sviluppo di hard e soft skills per:

- 1) valorizzare la Persona
- 2) investire nella Professione
- 3) sviluppare il Potenziale
- 4) alimentare il Pensiero creativo

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

- Amministrazione, finanza e controllo
- Crescita e sviluppo delle persone
- Strategia e organizzazione
- Digitalizzazione e ICT
- Food&Beverage

Il progetto "Le 4 "P" dell'azienda: Persona, Professione, Potenziale e Performance", 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, al fine di sostenerle nel processo di riadeguamento e ridefinizione del ruolo che la persona detiene all'interno dell'azienda.

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

- aumento delle performance delle aree aziendali coinvolte nella formazione, a seguito dell'acquisizione di nuovi strumenti concettuali ed operativi;
- riduzione di errori, sprechi ed inefficienze, come risultato di una maggiore consapevolezza e interiorizzazione degli obiettivi aziendali da parte del personale
- acquisizione da parte del personale delle imprese di hard e soft skill, utili a migliorare sia i processi che il clima aziendale;
- innalzamento del livello di fidelizzazione del personale e riduzione del turn over;
- introduzione di nuovi modelli di gestione del personale fondati sul benessere della persona in azienda;
- management aziendale più proattivo e orientato al cambiamento, in ottica di innovazione aziendale e miglioramento continuo;
- aumentata competitività in un contesto in continua evoluzione;
- creazione di nuove competenze tecniche deputate alla gestione del lavoro in un contesto smart e digitale.

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:**

Si prevede che la proposta possa generare una reazione a catena virtuosa, con ricadute positive sul territorio nel breve e nel lungo termine, sia dal punto di vista economico sia dal punto di vista sociale.

#### **BREVE TERMINE – RICADUTA ECONOMICA**

Si prevede che, nel breve termine, le imprese possano contare sul contributo di personale più preparato e competente, con effetti immediati sull'efficientamento dei processi interni e sulla qualità della propria offerta di prodotti e servizi. Lo step finale del circolo virtuoso che si intende innescare è la loro crescita in termini di competitività, reputation e profitto.

#### **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.