



REGIONE DEL VENETO

INVESTIAMO NEL VOSTRO FUTURO



Fondo Sociale Europeo in sinergia con il Fondo Europeo per lo Sviluppo Regionale
Programma Operativo Regione – 2007-2013

Avviso per la realizzazione di progetti finalizzati
all'innovazione e allo sviluppo dell'impresa veneta

VENETO FORMAZIONE CONTINUA

DGR n. 361 del 25/03/2014

Progetto formativo dal titolo:

DA IMPRESA INTERNAZIONALE AD IMPRESA INTERNAZIONALIZZATA

Codice Progetto: 572/0/1/361/2014

CUP Progetto: H39J14001010007

Intervento svolto presso **COLORIFICIO SAN MARCO S.p.A.**

Via Alta, 10 CAP 30020 - Marcon (VE)
Anno Formativo: 2014 - 2015

**DIFFUSIONE E PUBBLICIZZAZIONE
DEI RISULTATI DEL PROGETTO DI FORMAZIONE**

Marzo 2015

Pagina 1 di 13



INVESTIAMO NEL VOSTRO FUTURO

INDICE

1. Scopo del documento
2. Presentazione del proponente COLORIFICIO SAN MARCO S.p.A.
3. Le esigenze formative
4. Il personale coinvolto
5. Gli argomenti trattati negli interventi formativi
6. La Valutazione finale
7. I risultati del progetto



INVESTIAMO NEL VOSTRO FUTURO

1. SCOPO DEL DOCUMENTO

Le finalità del presente documento riguardano le modalità di diffusione e pubblicizzazione del progetto formativo secondo quanto previsto dalla normativa del bando in oggetto.

COLORIFICIO SAN MARCOS.r.l. come soggetto proponente attraverso la pubblicazione di questo documento informa che il progetto di formazione sopra specificato è stato finanziato dal Fondo Sociale Europeo (FSE) e dal Fondo Europeo di Sviluppo Regionale (FESR) nel Quadro del Programma Operativo Regionale 2007-2013.

L'azienda diffonde e comunica l'iniziativa formativa sostenuta dalla Regione Veneto tramite il bando in oggetto e la diffusione dei suoi risultati mediante:

- il Sito web della COLORIFICIO SAN MARCO S.p.A.,
- gli Incontri e le conferenze aziendali con i clienti e le reti commerciali del proponente
- Partner Operativo **A-Marks Factory S.r.l.**,
- Partner Operativo **Venice International University**

Lo scopo della presente iniziativa risponde alla scelta aziendale di investire secondo le linee di nuova politica dell'impresa e nello sviluppo professionale delle proprie risorse umane, ovvero.

- La creazione di un "Nuovo Modello di Internazionalizzazione" attuato con l'impiego delle nuove tecniche e metodologie innovative
- Lo sviluppo e l'adeguamento delle risorse umane alla nuova organizzazione delle vendite.

Il Nuovo Modello di Marketing Internazionale

Il nuovo modello organizzativo di Marketing Internazionale è stato implementato attraverso le seguenti azioni:

- La Progettazione del modello di marketing ottimale per l'azienda, altamente competitivo, in relazione alle nuove esigenze del mercato.
- La Determinazione delle nuove funzioni aziendali in relazione alle nuove esigenze con definizione di ruoli, compiti e competenze.
- Lo sviluppo di nuove professionalità e competenze nelle figure operative.
- Il coinvolgimento e al motivazione del personale.
- L'Implementazione dei nuovi strumenti con l'utilizzo di professionalità adeguate.



INVESTIAMO NEL VOSTRO FUTURO

Lo Sviluppo e l'adeguamento delle risorse umane

Lo sviluppo delle nuove professionalità e competenze delle risorse umane coinvolte è stato attuato tramite i seguenti passi:

- Formazione delle figure chiave dell'azienda tramite gli interventi formativi del presente progetto in relazione agli investimenti ed innovazioni che l'azienda introduce continuamente
- La formazione delle nuove figure di comunicatori dei valori aziendali come figura di cerniera e di interfaccia tra la produzione e il cliente finale nel mercato di riferimento
- L'Assistenza tramite la formazione e l'affiancamento nell'implementazione degli strumenti innovativi di marketing e verifica dei risultati raggiunti in relazione ai risultati attesi.
- La creazione di nuovi profili professionali ad alta specializzazione specialmente per il mercato estero.
- La motivazione del personale ai nuovi ruoli aziendali.
- La verifica *on the job* dei risultati attesi.

Il progetto formativo è stato realizzato con la collaborazione di N. 2 Partner Operativi

1. A-Marks Factory S.r.l.
2. Venice International University di San Servolo

ed è stato strutturato con N. 3 Interventi formativi e N. 1 Intervento di Accompagnamento.

Le esperienze di questa iniziativa potrebbero essere adottate anche da altre aziende che, interessate al superamento dell'attuale momento economico, presentino queste tipo di caratteristiche:

- Settore di produzione e di vendita dei colori
- Azienda orientata alla realizzazione di prodotti rivolti al settore edile.
- Dimensioni dell'impresa: Media / Grande.
- Apertura e forte disponibilità al cambiamento di politica di marketing e di comunicazione dell'impresa
- Attenzione a fare crescere la propria organizzazione e le risorse umane ad essa collegate.
- Riposizionamento nel mercato estero di riferimento.



INVESTIAMO NEL VOSTRO FUTURO

2. PRESENTAZIONE DEL PROPONENTE COLORIFICIO SAN MARCO S.P.A.

L'asset dell'azienda COLORIFICIO SAN MARCO S.p.A.

Il Colorificio San Marco SpA, capogruppo del San Marco Group, è azienda leader nella produzione e commercializzazione di pitture e vernici per l'edilizia professionale in Italia. Nato nel 1962, conta 9 siti produttivi/commerciali in diversi Paesi e ha un portafoglio di **7 marchi**.

I pilastri su cui il Colorificio San Marco ha costruito la sua storia di successo sono sette:

1. la selezione di collaboratori competenti e il continuo miglioramento della loro professionalità;
2. una Ricerca & Sviluppo all'avanguardia, capace di proporre innovazioni in sintonia e spesso anticipatrici delle esigenze del mercato;
3. l'attenzione esasperata alla qualità dei prodotti e dei processi, testimoniata dall'adozione di protocolli disciplinari severi per ottenere certificazioni di qualità di portata internazionale;
4. la composizione di una gamma di prodotti ampia e profonda, in grado di assecondare esigenze specifiche e differenziate;
5. la configurazione dei prodotti in Sistemi Vernicianti per l'Edilizia, ovvero in insiemi di prodotti e servizi complementari che forniscono una soluzione completa e mirata a un bisogno del cliente;
6. la cura delle relazioni con i clienti fondata sia sull'attenzione, sul consiglio, talvolta sull'amicizia, sia sul costante aggiornamento delle loro conoscenze attraverso corsi di formazione organizzati nel Training Centre appositamente creato;
7. l'adozione convinta di una filosofia improntata allo sviluppo sostenibile, alla salvaguardia dell'ambiente, al rispetto della natura, all'attenzione al benessere delle persone. Ne sono testimonianza la creazione del marchio Greenspirit, dedicato alla bioedilizia, e l'invenzione del metodo Life Cycle Assessment (LCA) per misurare l'impatto ambientale dei prodotti e servizi.



INVESTIAMO NEL VOSTRO FUTURO

I VALORI DELL'IMPRESA sono riconducibili ai seguenti aspetti:

1. Innovatività

COLORIFICIO SAN MARCO S.p.A. è da sempre attento alle dinamiche e alle tendenze in atto riuscendo ad anticipare le richieste del mercato nel settore odontoiatrico. L'azienda grazie al know-how pluriennale, distribuisce nuovi prodotti, oltre ad implementare la ricerca sui materiali, con un approccio al mercato diverso ed innovativo.

2. Rispetto e attenzione al contesto esterno

L'alto senso etico fanno di COLORIFICIO SAN MARCO un'azienda attenta alla tutela di tutti gli stakeholder: fornitori, clienti, dipendenti, associazioni di categoria, popolazione locale, ambiente.

3. Sensibilità al rispetto delle esigenze di terzi

Ascoltare le esigenze dei propri clienti, interloquire con tutte le persone che vengono a contatto con l'impresa, consente ad COLORIFICIO SAN MARCO di rispondere al meglio alle diverse aspettative e richieste dei vari stakeholders.

4. Applicazione del miglioramento continuo

Il miglioramento continuo è il principale obiettivo che COLORIFICIO SAN MARCO si pone nello svolgimento della sua attività. La crescita non può che avvenire se non ponendo sempre nuovi e sfidanti traguardi.

LA MISSION AZIENDALE

L'azienda COLORIFICIO SAN MARCO nella propria gestione è impegnata anche a migliorare il clima aziendale ed il benessere dei propri collaboratori, organizzando attività extralavorative, ma soprattutto promuovendo interventi per una formazione continua sul posto di lavoro, cercando con ciò di fare crescere le proprie figure professionali in un contesto organizzativo di avanguardia collegato con un clima di accoglienza che mette a proprio agio i vari tipi di clientela specialmente quella straniera.

La formazione viene svolta con la collaborazione di: Importanti Partners operativi, Qualificati Studi di Consulenza ed Organizzazione Aziendale; Aziende Innovative nell'internazionalizzazione, nel marketing e comunicazione.



INVESTIAMO NEL VOSTRO FUTURO

8. LE ESIGENZE FORMATIVE

Per sostenere i propri programmi di consolidamento e sviluppo, in un momento economico di grande e riconosciuta difficoltà, COLORIFICIO SAN MARCO ha ritenuto di investire nello sviluppo delle proprie Risorse Umane in un contesto commerciale di elevata competitività.

Le esigenze formative delle risorse chiave hanno riguardato il raggiungimento, da parte delle stesse, delle seguenti capacità:

- Lo sviluppo delle competenze di marketing e comunicazione per l'aggiornamento e la modifica della politica di commerciale all'estero dove si vuole puntare anche di più negli prossimi anni.
- Lo sviluppo delle competenze per l'aggiornamento e miglioramento dei processi di selling
- L'introduzione di nuovi modelli organizzativi e gestionali per la gestione integrata delle azioni commerciali (acquisizione ordini), produzione e consegna.
- L'introduzione di una gestione altamente informatizzata per la gestione integrata dalla preventivazione, lo sviluppo dell'ordine cliente fino alla consegna dei prodotti.
- L'implementazione di un sistema informativo aziendale in grado di gestire le simulazioni in tutti i settori, l'applicazione ed il controllo di gestione.

Trattasi di nuove esigenze dell'impresa mirate alla sua permanenza sul mercato in relazione alle nuove richieste.

Le nuove figure professionali consentono all'impresa di poter contare su risorse molto qualificate in grado di recepire le esigenze provenienti dai mercati dando risposte coerenti "con" e "per" la competitività dell'impresa.

Con la presente iniziativa l'impresa COLORIFICIO SAN MARCO S.p.A. in un momento di altissima competitività ha potuto attivare processi ed interventi che aumentano la propria competitività e l'immagine in campo commerciale nazionale ed internazionale, la cooperazione con professionisti, la capacità di innovazione e la sostenibilità socio ambientale del proprio sistema commerciale.

Tutto ciò consente inoltre non solo di mantenere l'occupazione presente nella attuale realtà (Marcon e nelle sedi all'estero) puntando sulla preparazione delle risorse umane in modo da fornire quella flessibilità ed adattabilità per affrontare le nuove sfide competitive a cui l'impresa è chiamata.



INVESTIAMO NEL VOSTRO FUTURO

L'obiettivo della parte formativa ha riguardato anche la necessità di implementare un modello di marketing e di comunicazione innovativo finalizzato da una parte, a rispondere alla situazione di crisi economico del settore edile e dall'altra al consolidamento competitivo su scala nazionale ed internazionale dell'impresa COLORIFICIO SAN MARCO S.p.A.

Come già indicato, detto progetto fa seguito ad un piano di ricerca in cui emerge la necessità di fare crescere la struttura professionale interna dell'impresa per renderla rispondente alla attuazione delle innovazioni richieste per superare le criticità presenti nella situazione socio-economica territoriale.

Lo sviluppo delle professionalità interne, ovvero di soggetti dipendenti residenti nella zona ove è ubicata l'impresa richiedente, diventa un fattore strategico anche per le risorse umane locali che incrementando la loro professionalità fanno crescere il Know how del territorio in termini di conoscenze e competenze da utilizzarsi anche in altre circostanze.

In quest'ottica il progetto formativo ha raggiunto i suoi obiettivi nel:

- a) fornire una preparazione di livello avanzato nell'ambito del marketing sia a livello operativo che strategico, con riferimento al contesto territoriale;
- b) sviluppare una comprensione integrata delle diverse tecniche di marketing internazionale con riferimento sia al contesto business-to-business e business-to-consumer, anche in contesti differenti;
- c) trasmettere capacità di segmentare i mercati, individuare i target e gestire il posizionamento strategico attraverso le leve dell'assortimento, del pricing e della promozione e comunicazione.
- d) definire un piano di marketing e un piano merchandising efficace ed integrato rispetto agli obiettivi strategici dell'impresa.
- e) definire e implementare una strategia di comunicazione coerente con gli obiettivi di business dell'impresa.
- f) applicare la conoscenza in marketing e comunicazione a concreti casi gestionali sviluppando un vero e proprio piano di azioni.
- g) completare la preparazione attraverso attività didattiche in aula e fuori aula che favoriscono l'interazione dei dipendenti nonché lo sviluppo di capacità di analisi di problemi, anche complessi e problem solving.



INVESTIAMO NEL VOSTRO FUTURO

Per fronteggiare le difficoltà che il sistema economico sta registrando, l'azienda COLORIFICIO SAN MARCO ha puntato sugli investimenti in ricerca del mercato e sulle risorse umane più qualificate per concorrere nella nuova sfida competitiva nei mercati internazionali.

Constatata la propria situazione organizzativa e le professionalità delle proprie risorse, in relazione anche alle esigenze imposte dal mercato, l'azienda COLORIFICIO SAN MARCO ha ravvisato le necessità di formazione delle proprie risorse umane per sviluppare un processo di miglioramento delle competenze di comunicazione degli addetti alle vendite verso i clienti anche esteri.

Le finalità degli interventi formativi hanno visto i seguenti obiettivi:

- Lo sviluppo delle capacità professionali interne per l'implementazione sulla struttura organizzativa e commerciale interna stessa degli interventi di rivisitazione e riesame dei prodotti e in un'ottica di nuovi prodotti di decorazioni altamente performanti realizzati con costi competitivi.
- La formazione del personale aziendale qualificato e specializzato, sia di marketing che commerciale estero.
- La capacità di poter procedere sia in forma assistita, in via iniziale, che autonomamente ad iniziative di Studi e Ricerche di nuovi mercati e di nuove soluzioni produttive.

Gli obiettivi progettuali sopraindicati rispondono inoltre alle priorità indicate nel DGR 361/2014 in quanto consentono alle risorse dell'impresa di attuare i seguenti azioni tra loro interconnesse:

- Favorire l'innovazione e la produttività attraverso una migliore organizzazione e qualità del servizio commerciale.
- Sviluppare, attraverso la formazione continua, l'innovazione tecnologica e organizzativa del sistema commerciale verso un'elevata competitività tramite l'elaborazione di nuovi modelli organizzativi e comunicativi verso i clienti.
- Aggiornamento e/o Formazione di figure professionali dirigenziali e manageriali, ivi comprese quelle figure di "cerniera" e di supporto all'innovazione particolarmente importanti per l'internazionalizzazione.



INVESTIAMO NEL VOSTRO FUTURO

4) IL PERSONALE

I destinatari dell'attività formativa complessivamente sono stati **n. 41 occupati** che fanno parte della struttura interna dell'impresa.

I profili professionali degli occupati individuati dall'azienda per svolgere la formazione presentano le caratteristiche richieste dal bando DGR 361/2014.

Partendo quindi dagli obiettivi dell'impresa e attraverso l'analisi dei fabbisogni formativi è stato possibile definire il piano formativo che risponde alle esigenze di sviluppo delle competenze del personale in grado, a sua volta, di assicurare il raggiungimento dei risultati aziendali attesi.

I destinatari degli interventi della COLORIFICIO SAN MARCO S.p.A. sono stati le seguenti figure professionali per un totale di 41 allievi;

- n. 2 Resp. Commerciale Estero
- n. 10 addetti all'ufficio commerciale
- n. 2 Resp. Commerciale Italia
- n. 10 Addetti all'uff. Commerciale Italia
- n. 3 Resp. Marketing
- n. 5 Resp. Assistenza al cliente
- n. 6 Addetti tecnico-commerciali
- n. 3 Addetti al commerciale - marketing

Tali figure hanno acquisito un importante bagaglio di conoscenza, considerato anche che l'età media dei partecipanti è relativamente giovane, circa 35 anni, ma hanno acquisito perfettamente nuove metodologie di marketing internazionale, strumenti di fidelizzazione della clientela, hanno migliorato il lavoro di squadra e di misurazione delle performance, nozioni determinanti per lo sviluppo della clientela.

La formazione attesa ha presentato quindi valenze di carattere specialistico con lo sviluppo di competenze tecniche e trasversali per il potenziamento delle soft skills al fine di sviluppare nuove figure professionali che andranno a migliorare la presenza della società sul mercato ed incrementare le vendite in generale.



INVESTIAMO NEL VOSTRO FUTURO

5) GLI ARGOMENTI TRATTATI NEGLI INTERVENTI FORMATIVI

Gli interventi realizzati hanno avuto le seguenti caratteristiche:

- n. 3 Interventi formativi per utenza OCCUPATA.
- n. 1 Interventi di accompagnamento per utenza OCCUPATA.

La struttura del progetto è stata suddivisa in n. 4 interventi formativi dai seguenti titoli:

- 1) ***Strategie di internazionalizzazione applicate per lo sviluppo dei mercati esteri emergenti*** - Intervento svolto da vari docenti sia del Partner Operativo A-Marks Factory S.r.l, dal Partner operativo Università VIU. L'intervento, in un'unica edizione, aveva una durata di n. 96 ore di formazione ed ha coinvolto n. 9 allievi.
- 2) ***Migliorare la qualità della presenza dell'azienda nei mercati internazionali*** - Intervento svolto dal Partner Operativo A-Marks Factory S.r.l. e da un docente professionista. L'intervento si è svolto in n.3 edizioni e ha coinvolto i n. 6 allievi per ogni edizione con una durata di 48 ore ad ogni edizione.
- 3) ***Comunicazione interna e organizzazione per il potenziamento dell'export*** - Intervento svolto fuori azienda da n. 3 docenti professionisti di comunicazione e dell'export. L'intervento si è svolto in n.3 edizioni e ha coinvolto i n. 10 allievi per ogni edizione con una durata di 16 ore ad ogni edizione.

N. 1 Intervento di accompagnamento

1. ***Strumenti di Management per lo sviluppo delle opportunità a livello internazionale*** - Intervento svolto a cura del docente libero professionista con n. 6 allievi con una durata di 16 ore.

Gli interventi sono stati tra loro concatenati allo scopo di arrivare a soddisfare gli obiettivi previsti.



INVESTIAMO NEL VOSTRO FUTURO

6) LA VALUTAZIONE FINALE

All'avvio di ciascun intervento, a seconda delle materie trattate è stata fatta una rilevazione dei livelli conoscenza dei partecipanti. Laddove si sono riscontrate delle differenze significative si è proceduto ad un intervento di adeguamento delle basi conoscitive.

La valutazione dei risultati professionali conseguiti è stata fatta tramite un "*gruppo di valutazione*" costituito da personale interno ed esterno (docenti) che hanno tenuto gli interventi. Il gruppo è stato costituito da responsabili interni aziendali e professionisti esterni.

Per quanto attiene al personale interno il gruppo è stato costituito dal Responsabile del progetto e Responsabile generale di Marketing e Responsabile Amministrativo di COLORIFICIO SAN MARCO ed hanno seguito passo dopo passo tutto il percorso formativo dalla progettazione iniziale alla valutazione dei risultati finali di apprendimento.

Per quanto riguarda i professionisti esterni sono stati coinvolti tutti i docenti sia del partenariato operativo che liberi professionisti, il coordinatore del progetto e il tutor formativo.

L'azienda attraverso il Direttore del progetto ha individuato la figura professionale per le attività di monitoraggio e diffusione dei risultati del progetto formativo.

Le modalità adottate per la valutazione e il monitoraggio dell'attività sono state di vario tipo, in particolare:

1. Colloqui con i docenti, ed esercitazioni orali,
2. Esercitazioni e pratiche e Role play
3. Verifica incrociata con gli altri allievi
4. Somministrazione di test pratici.
5. Valutazione finale con misurazione dei risultati.

All'avvio dei corsi è stata fatta una rilevazione generale dei livelli di conoscenza dei partecipanti. Il monitoraggio dell'intervento è stato condotto dal gruppo di lavoro/coordinamento nella figura del direttore del progetto e responsabile del monitoraggio che continuamente ha verificato l'andamento del corso e l'acquisizione delle conoscenze da parte degli allievi. In progress, quando richiesto, sono stati effettuati interventi correttivi di allineamento del programma.

Alla fine del progetto formativo è stato effettuato la validazione dei risultati di apprendimento acquisiti.

Le modalità di valutazione si sono basate sulle conoscenze acquisite in ordine alle tematiche trattate nei vari interventi e dall'utilizzo dei nuovi strumenti informatici per l'ambientazione delle offerte ai clienti.



INVESTIAMO NEL VOSTRO FUTURO

7. I RISULTATI FORMATIVI DEL PROGETTO

I risultati attesi dall'intervento rispondono alla scelta aziendale di operare con una nuova politica di marketing e di comunicazione e nello sviluppo professionale delle risorse umane della stessa collegate con il modello organizzativo adottato. Trattasi di modello che consente di dare una nuova competitività all'impresa in termini di:

- 1) Miglioramento delle proposte ai clienti internazionali
- 2) Ricerca dei mercati nuovi inesplorati per Colorificio San Marco.
- 3) Riduzione dei tempi di consegna
- 4) Offrire un servizio altamente professionale ai clienti
- 5) Flessibilità organizzativa mirata a rispondere ai vari tipi di richieste della clientela e dei mercati
- 6) Miglioramento qualitativo dei prodotti
- 7) Leadership nella propria nicchia di mercato riconosciuta a livello nazionale ed internazionale.

I risultati generali della formazione si possono riassumere in :

- A) **Diffusione a tutti gli operatori aziendali dei concetti di marketing innovativo nei mercati internazionali.**
- B) Nuova **capacità** degli allievi di **operare con le nuove tecniche comunicative** verso i clienti
- C) Uso corrente di **nuovi strumenti informatici** per formulare la proposta di vendita e per ridurre i tempi di consegna dei prodotti – altro elemento molto importante per la soddisfazione del cliente finale.
- D) **Nuove capacità e competenze professionali del personale** dipendente che indirettamente rendono più dinamica e competitiva l'azienda rispetto agli altri competitors.