



AVVISO FONDIRIGENTI 2/2020: AREE E AMBITI DI FINANZIAMENTO

AREA 1 – RIORGANIZZAZIONE DEI PROCESSI

L'emergenza sanitaria ha evidenziato con forza l'importanza per le imprese di adottare principi lean e di dotarsi di soluzioni innovative, compresa la digitalizzazione, da applicare sulla catena della fornitura, la produzione e la vendita.

Elementi fondamentali per rendere l'azienda pronta a reagire rapidamente ed in modo efficace allo shock di domanda e di offerta generato dalla crisi. I Piani formativi che rientreranno in questa Area dovranno quindi accrescere e innovare le competenze manageriali legate, in particolare, alla riorganizzazione dei processi e alla gestione della supply chain, della produzione e delle reti di vendita.

Ambito 1.1. Supply chain

Interventi focalizzati sulla riorganizzazione della supply chain secondo i principi "lean" per l'innovazione, il miglioramento e l'efficientamento dei processi di approvvigionamento. Gli interventi potranno proporre, a titolo esemplificativo e non esaustivo, argomenti quali: pianificazione delle attività di distribuzione; gestione scorte, produzione e acquisto; gestione delle relazioni collaborative con fornitori e clienti; Supply Chain Risk Management; Supply network design; gestione dei processi in ambito Supply Chain; misurazione e controllo delle prestazioni dei Supply network.

Ambito 1.2. Produzione

Interventi focalizzati sulla capacità di adeguare rapidamente o di riconvertire la produzione o il proprio modello di business per far fronte alle mutate condizioni di contesto ambientale e competitivo. Gli interventi potranno proporre, a titolo esemplificativo e non esaustivo, argomenti quali: gestione dei processi produttivi in linea con i più elevati standard nazionali ed internazionali in tema di qualità e sicurezza; sistemi e dati per la programmazione della produzione; gestione dei materiali; controllo delle prestazioni; digitalizzazione dei processi produttivi.

Ambito 1.3. Reti di vendita

Interventi focalizzati sulle esigenze di innovazione delle reti di vendita, con particolare riferimento ai canali più innovativi (digitali) ed in grado di moltiplicare le occasioni di business. Gli interventi potranno proporre, a titolo esemplificativo e non esaustivo, argomenti quali: analisi delle reti di vendita e strategie aziendali; gestione della rete di vendita e sviluppo delle performance commerciali; trade marketing.

AREA 2 – STRUMENTI PER IL RILANCIO

Il rilancio nel post Covid-19 passa anche dalla capacità delle imprese di adottare nuovi modelli organizzativi e strumenti in grado di incrementare le opportunità di business e garantire il reperimento di risorse finanziarie idonee ad affrontare gli investimenti necessari.

La pandemia è stata certamente il banco di prova per l'organizzazione del lavoro da remoto. È quindi necessario un aggiornamento delle competenze hard e soft del management riguardo alla pianificazione e alla gestione di queste nuove modalità, cogliendone vincoli e opportunità.

L'emergenza sanitaria ha, inoltre, dimostrato come la digitalizzazione della funzione marketing, se adeguatamente strutturata, può fungere da volano di crescita, anche in condizioni di restrizione dei canali di vendita più tradizionali e "in presenza".

Infine, la capacità di conoscere ed utilizzare i diversi canali di finanziamento (compresi quelli più innovativi) e gli incentivi pubblici nazionali e comunitari legati al post Covid-19 è un altro tassello importante nel mix delle competenze per rispondere al meglio ai fabbisogni di risorse per l'ammodernamento e la riconversione dei processi aziendali.

I Piani formativi che rientreranno in questa Area dovranno quindi accrescere e innovare competenze manageriali legate, in particolare, al digital marketing, alla finanza e incentivi e ai nuovi modelli organizzativi.

Ambito 2.1. Digital Marketing

Interventi focalizzati sugli strumenti innovativi di marketing utilizzabili per migliorare le performance delle imprese. Gli interventi potranno proporre, a titolo esemplificativo e non esaustivo, argomenti quali: digital marketing management; e-commerce e customer experience; CRM e customer research; growth strategy; search marketing; strategie di comunicazione e advertising; brand reputation e misurazione delle performance online; big data e business analytics.

Ambito 2.2. Finanza e incentivi

Interventi focalizzati sulle leve finanziarie e gli incentivi pubblici a supporto della crescita e della competitività delle imprese. Gli interventi potranno proporre, a titolo esemplificativo e non esaustivo, argomenti quali: equilibri finanziari e scelte di struttura finanziaria; credito bancario, ruolo e implicazioni del rating; pianificazione finanziaria; strumenti di prevenzione della crisi d'impresa; Merger and Acquisition; reporting non finanziario; finanza innovativa (Fintech); strumenti e opzioni di debito e di Equity; SACE, Simest e altri strumenti di incentivazione pubblica.

Ambito 2.3 Nuovi Modelli organizzativi

Interventi focalizzati sulle nuove modalità di lavoro da remoto e sulle connesse trasformazioni dei modelli organizzativi. Gli interventi potranno proporre, a titolo esemplificativo e non esaustivo, argomenti quali: pianificazione del lavoro a distanza; normativa e contrattualistica di riferimento; aspetti formativi e tecnologici dello smart working; cambiamenti organizzativi e stili di management; nuove modalità di controllo e monitoraggio delle prestazioni.

AREA 3 – SOSTENIBILITÀ E GREEN ECONOMY

La pandemia ha reso ancora più urgente per le aziende che vogliono restare competitive a livello globale, l'esigenza di improntare i propri business model ai principi della sostenibilità.

La leva formativa manageriale può e deve sostenere lo sviluppo di strategie aziendali che puntino ad integrare la conoscenza e l'applicazione di nuove tecnologie della produzione o della vendita con l'attenzione alle esigenze ambientali e sociali dei territori nei quali si opera e capaci di sviluppare relazioni di co-opetition con gli stakeholder.

Ambito 3.1. Sostenibilità

Interventi finalizzati a fornire competenze per agevolare la transizione alla sostenibilità delle imprese, dal punto di vista tecnologico, organizzativo e di gestione delle relazioni con gli stakeholder. A titolo di esempio i contenuti potranno riguardare: eco-progettazione (sostenibile e circolare); green procurement; processi produttivi a basso impatto ambientale; tecnologie green e automazione per la sostenibilità della supply chain; green marketing e comunicazione; finanza sostenibile; progettazione e realizzazione di un sistema di gestione della responsabilità sociale; bilancio di sostenibilità; welfare aziendale; audit ambientali; ESG Due diligence; stakeholder engagement; reporting di sostenibilità; rischio e rating ambientale.