

A cura dell'Ufficio IFTS  Codice Ufficio candidatura..... Programma di intervento pervenuto in data ..... Prot. N.....del .....
---

**PARTE A - AZIONI DI SISTEMA****AZIONE DI SISTEMA 1: L'analisi dei fabbisogni di innovazione e formazione del polo****1. ANALISI DOCUMENTALE**

Tipologia documento	Studi di settore
	Il Sistema Informativo Excelsior – realizzato da Unioncamere e dal Ministero del Lavoro - si colloca dal 1997 tra le maggiori fonti disponibili in Italia sui temi del mercato del lavoro e della formazione. Attraverso l'indagine annuale Excelsior, inserita tra quelle ufficiali con obbligo di risposta previste dal Programma Statistico Nazionale, vengono intervistate circa 100.000 imprese con almeno un dipendente per conoscerne in modo analitico il fabbisogno di occupazione per l'anno in corso. I dati in tal modo raccolti forniscono una conoscenza aggiornata, sistematica ed affidabile della consistenza e della distribuzione territoriale, dimensionale e per attività economica della domanda di lavoro espressa dalle imprese, nonché delle principali caratteristiche delle figure professionali richieste (livello di istruzione, età, esperienza, difficoltà di reperimento, necessità di ulteriore formazione, ecc.). L'ampiezza e la ricchezza delle informazioni disponibili fanno di Excelsior un utile strumento di supporto a coloro che devono facilitare l'incontro tra la domanda e l'offerta di lavoro, ai decisori istituzionali in materia di politiche formative, nonché agli operatori della formazione a tutti i livelli.
Tipologia indagine	Nazionale
Anno di pubblicazione	2008
Titolo ricerca	Progetto Excelsior. Sistema informativo per l'occupazione e la formazione. Sintesi dei principali risultati – volume 1 (occupazione). Sistema informativo Excelsior. I fabbisogni professionali e formativi delle imprese italiane nell'industria e nei servizi
Ente o autorità di riferimento	Unioncamere. Camere di Commercio Italiane
Periodo di riferimento	2008
Autore / curatore	Unioncamere
Anno di pubblicazione	2008
Editore	Protostampa Sud - Roma

Tipologia documento	Studi di settore
	Il Sistema Informativo Excelsior – realizzato da Unioncamere e dal Ministero del Lavoro - si colloca dal 1997 tra le maggiori fonti disponibili in Italia sui temi del mercato del lavoro e della formazione. Attraverso

	l'indagine annuale Excelsior, inserita tra quelle ufficiali con obbligo di risposta previste dal Programma Statistico Nazionale, vengono intervistate circa 100.000 imprese con almeno un dipendente per conoscerne in modo analitico il fabbisogno di occupazione per l'anno in corso. I dati in tal modo raccolti forniscono una conoscenza aggiornata, sistematica ed affidabile della consistenza e della distribuzione territoriale, dimensionale e per attività economica della domanda di lavoro espressa dalle imprese, nonché delle principali caratteristiche delle figure professionali richieste (livello di istruzione, età, esperienza, difficoltà di reperimento, necessità di ulteriore formazione, ecc.). L'ampiezza e la ricchezza delle informazioni disponibili fanno di Excelsior un utile strumento di supporto a coloro che devono facilitare l'incontro tra la domanda e l'offerta di lavoro, ai decisori istituzionali in materia di politiche formative, nonché agli operatori della formazione a tutti i livelli.
Tipologia indagine	Nazionale
Anno di pubblicazione	2008
Titolo ricerca	Progetto Excelsior. Sistema informativo per l'occupazione e la formazione. Sintesi dei principali risultati – volume 2 (formazione). Sistema informativo Excelsior. I fabbisogni professionali e formativi delle imprese italiane nell'industria e nei servizi
Ente o autorità di riferimento	Unioncamere. Camere di Commercio Italiane
Periodo di riferimento	2008
Autore / curatore	Unioncamere
Anno di pubblicazione	2008
Editore	Protostampa Sud - Roma

Tipologia documento	Ricerche
	Nell'ambito del Progetto Dimostratore il Centro Regionale di Competenza Benecon Beni Culturali Ecologia Economia ha sperimentato una metodologia d'azione nel territorio del Cilento e del Vallo di Diano, in sinergia con l'ente Parco Nazionale del Cilento e del Vallo di Diano sia per rispondere ai requisiti delle verifiche UNESCO (a cui il Centro di Competenza Benecon, partner del Polo, è affiliato nel Progetto FUUH-Forum Unesco University and Heritage) sia al fine di realizzare un Ecomuseo. La realizzazione dell'Ecomuseo ha previsto un'analisi dell'ambiente fisico-naturale e costruito ed un'analisi del tessuto socio-economico. In merito all'analisi del tessuto socio-economico, il progetto dimostratore ha previsto il censimento di oltre 250 aziende analizzandone il sistema di gestione. Oltre ad un'analisi statica delle aziende, al fine di rilasciare il marchio Impresaverde Benecon è stata avviata un'intensa attività di formazione volta a "mettere a norma" il sistema gestionale ed il sistema di gestione ambientale delle imprese, garantendo anche il trasferimento tecnologico necessario alle imprese formate. Il marchio è stato rilasciato soltanto a 6 aziende.
Tipologia indagine	Locale
Anno di pubblicazione	2006
Titolo ricerca	Protocollo per la certificazione e il rilascio del Marchio

	Impresaverde Benecon
Ente o autorità di riferimento	Centro Regionale di Competenza Benecon Beni Culturali Ecologia Economia
Periodo di riferimento	2006
Autore / curatore	Centro Regionale di Competenza Benecon Beni Culturali Ecologia Economia
Anno di pubblicazione	2006
Editore	---

<b>Tipologia documento</b>	<b>Studi di settore</b>
	Nell'ambito di una indagine conoscitiva sulla situazione occupazionale nel settore lattiero-caseario con riferimento alla filiera bufalina, sono state illustrate le problematiche del settore, con particolare riferimento ai temi dell'occupazione per adottare interventi mirati per la difesa del comparto. La filiera bufalina rappresenta un settore strategico, e certo non assistito, non solo per il territorio provinciale ma per l'intera regione Campania. Oltre il 70% delle produzioni zootecniche e lattiero-casearie sono ubicate in provincia di Caserta, con decine di migliaia di occupati in modo diretto e grazie all'indotto. Pertanto l'azione promossa dai Comuni casertani per la tutela del patrimonio zootecnico-bufalino e della mozzarella di bufala D.O.P ha il fine di scongiurare la chiusura di attività e di numerose imprese con la inevitabile perdita di centinaia di posti di lavoro.
Tipologia indagine	Nazionale
Anno di pubblicazione	2008
Titolo ricerca	<b>Indagine conoscitiva sulla situazione occupazionale nel settore lattiero-caseario, con riferimento alla filiera bufalina</b>
Ente o autorità di riferimento	COMMISSIONI del SENATO 9 <sup>a</sup> e 11 <sup>a</sup> RIUNITE 9 <sup>a</sup> (Agricoltura e produzione agroalimentare) 11 <sup>a</sup> (Lavoro, previdenza sociale)
Periodo di riferimento	2008
Autore/curatore	
Anno di pubblicazione	2009
Editore	

<b>Tipologia documento</b>	<b>Piano Strategico degli interventi</b>
	Il PASER è il piano degli interventi che la Regione Campania, dopo un lungo lavoro di concertazione con le

	<p>parti sociali campane, ha deciso di mettere in campo per il sistema economico campano nei prossimi anni. Permetterà di concentrare le risorse sui settori strategici del tessuto produttivo regionale, evitandone la polverizzazione e consentendo alla Campania di rilanciarsi al livello nazionale e internazionale. I 750 milioni che saranno investiti nei prossimi anni serviranno a potenziare i comparti dell'<b>agroindustria</b>, delle biotecnologie, dei mezzi di trasporto, dell'aeronautica e dell'aerospaziale, del biomedicale, della cantieristica navale e dell'industria della vela, dell'ICT e della logistica.</p> <p>Il PASER riporta:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• un'analisi aggiornata delle condizioni dell'economia campana, dei settori produttivi trainanti, delle potenzialità e degli elementi di crescita</li> <li>• gli obiettivi generali e specifici, le priorità settoriali e territoriali</li> <li>• una strategia per lo sviluppo articolata in 6 linee d'azione</li> <li>• le politiche d'intervento, per ogni linea d'azione, espresse in 30 diverse attività da realizzare</li> <li>• le risorse assegnate alle linee d'azione</li> </ul>
Tipologia indagine	Indagine regionale
Anno di pubblicazione	Aggiornamento Annuale 2007
Titolo ricerca	<b>Piano d'azione per lo sviluppo Economico Regionale PASER</b>
Ente o autorità di riferimento	Giunta Regionale della Campania - Assessorato all'Agricoltura e alle Attività Produttive – Area generale di Coordinamento Sviluppo Attività Settore Secondario
Periodo di riferimento	2007
Autore/curatore	Regione Campania
Anno di pubblicazione	30 maggio 2007
Editore	Regione Campania

Tipologia documento	<b>Indagine statistica</b>
	<p>Il sistema permette una lettura integrata del territorio italiano utile agli scopi dell'utenza specializzata e alle istituzioni per il governo del territorio. In particolare gli indicatori sono raggruppati in 16 aree informative: Prezzi, Contabilità nazionale, Agricoltura, Ambiente, Imprese, Abitazioni, Attività edilizia ed opere pubbliche, Commercio, Trasporti e turismo, Mercato del lavoro, Condizioni economiche delle famiglie, Famiglie ed aspetti sociali, Popolazione, Sanità, Assistenza e previdenza, Istruzione, Cultura e tempo libero, Giustizia, Sviluppo sostenibile. La disponibilità dei dati in serie storica consente inoltre di analizzare l'evoluzione dei diversi fenomeni</p>

	con riferimento agli ambiti territoriali considerati.
Tipologia indagine	Nazionale
Anno di pubblicazione	2008
Titolo ricerca	<b>Sistema di indicatori territoriali</b>
Ente o autorità di riferimento	ISTAT
Periodo di riferimento	1998-2007
Autore/curatore	ISTAT
Editore	

Tipologia documento	<b>Indagine statistica</b>
	Il sistema informativo per la diffusione delle statistiche su agricoltura e zootecnia consente all'utente di navigare tra i dati selezionando il tema, l'anno d'interesse nonché, per alcune sottosezioni, il contesto e il dettaglio territoriale desiderato.
Tipologia indagine	Nazionale
Anno di pubblicazione	2007
Titolo ricerca	<b>Sistema informativo su agricoltura e zootecnia</b>
Ente o autorità di riferimento	ISTAT
Periodo di riferimento	2002-2006
Autore/curatore	ISTAT
Editore	2007

## 2. ANALISI SUL CAMPO

### *Descrizione della metodologia di analisi dei fabbisogni di innovazione e formazione*

<p>Il partenariato del Polo Formativo <b>TRADIZIONE ED INNOVAZIONE NELLA FILIERA ENOGASTRONOMICA</b> ritiene necessaria una rilevazione dell'analisi dei fabbisogni intesa in modo globale ed intersettoriale che interessi specificamente le aree di svolgimento della formazione.</p> <p>L'attività di individuazione dei fabbisogni di innovazione e formazione deve essere programmata e realizzata nell'ambito territoriale del Polo. Sarà realizzata pensando nello specifico al target group finale dello stesso che è costituito da beneficiari diretti e indiretti.</p> <p>I criteri realizzativi dell'analisi dei fabbisogni si basano su una programmazione strutturata che prende in considerazione una serie di fattori e di aspetti di seguito riportati.</p>
---

Lo studio parte dalla consapevolezza dei destinatari (a *CHI* è rivolta l'analisi)

*Destinatari.* La definizione del target group dell'analisi dei fabbisogni di innovazione e formazione segue il cursus operativo di realizzazione delle attività del Polo Formativo Tradizione ed innovazione nella filiera enogastronomica, in altre parole il target group sarà diverso in termini spaziali funzionali e cronologici.

L'analisi si strutturerà in attività strettamente dipendenti e complementari tra di loro; si opererà in tre fasi sviluppando una metodologia deduttiva. Da qui la distinzione dei destinatari in operatori del settore, imprese ed enti del sistema produttivo, fruitori finali dei corsi di formazione. L'analisi dei fabbisogni di innovazione e di formazione, non è rivolta solo alle persone, ma all'intero settore interrelato con tutti gli altri attori operanti nel territorio campano. Questi studi non saranno utili a pochi ma ad un intero comparto, o meglio ad un intero territorio. Nello specifico, nella filiera enogastronomia sono stati individuati tre fasi della filiera che possono essere segmentate come di seguito:

- fase di produzione (coltivazione, raccolta, processo produttivo);
- fase di distribuzione (allocazione del prodotto sul mercato);
- fase ristorazione/turismo (promozione del prodotto enogastronomico sul territorio).

Gli strumenti di indagine saranno strutturati in modo diverso a seconda della tipologia di segmento della filiera enogastronomia.

L'analisi dei fabbisogni di innovazione e formazione sarà realizzata seguendo degli obiettivi operativi che si dividono in generali e specifici. (*COSA* si farà)

*Obiettivo generale operativo.* L'analisi e la sua metodologia di rilevazione sono intese alla produzione di studi utili in ambito di progettazione dei corsi e di tutte le azioni realizzate dal polo e rivolte all'innovazione, al trasferimento tecnologico e alla formazione. Così delineata l'analisi rappresenta la chiave di volta delle attività e lo strumento principe dal quale si otterranno le figure professionali da introdurre nel mercato del lavoro.

*Obiettivi specifici.* Il primo e più importante obiettivo operativo dell'analisi è la rilevazione di necessità, di fabbisogni di innovazione e di formazione strettamente collegati a competenze professionali, partendo dal basso, facendo un ragionamento di tipo bottom-up. L'analisi dei fabbisogni deve partire dal basso per essere realmente utile.

Più nello specifico si partirà dall'analisi dei fabbisogni per pianificare e allocare in giusta misura le risorse sia in termini quantitativi che qualitativi. Gli studi e le ricerche operati in questa fase sono finalizzati anche alla possibile produzione di soluzioni e processi logistico-organizzativi. Un obiettivo specifico rilevante a cui il polo mira è la possibilità di tracciare un sentiero, proporre una strada, o più semplicemente realizzare degli studi utili secondo una metodologia che potrà essere condivisa o riutilizzata prima di tutto nell'ambito regionale. Il lavoro di ricerca dei fabbisogni sarà la base di partenza della progettazione dei percorsi formativi. Il raggiungimento di questo obiettivo garantirà il successo in termini organizzativi delle azioni del polo ed in termini personali per i beneficiari finali.

Un'analisi del settore intesa in senso globale e realmente rispondente alle esigenze interne al comparto sarà certamente utile allo stesso settore in cui è stata operata. In altre parole lo studio potrà e dovrà essere utilizzato per sviluppare programmi ed interventi destinati allo stesso settore di riferimento. Tout court il lavoro di ricerca e di analisi dovrà produrre dei deliverable utili in primis al partenariato del polo e quindi al settore di riferimento. Il partenariato in tal senso è inteso come un "value maker", un produttore di valore aggiunto.

Infine l'analisi dei fabbisogni dovrà essere utilizzata come linea guida per l'individuazione di tutti i servizi alla persona, come è stato affermato più volte nel corso di questa specificazione delle metodologie di lavoro.

Quali sono le linee guida da seguire (*COME* si procederà concretamente)

*Ambiti e modalità della ricerca.* Le attività di ricerca dei fabbisogni di innovazione e di formazione si divideranno in tre fasi specifiche. Per ciascuna fase saranno utilizzati

materialmente degli strumenti diversi che si concorderanno in ambito di CTS (e che sono presenti nella sezione definizione degli strumenti di questa piattaforma), tenendo in considerazione vari fattori:

- la localizzazione del campione;
- la tipologia e la grandezza delle aziende coinvolte,
- il numero di destinatari che si vuole coinvolgere;
- il numero di aziende che si vogliono coinvolgere;
- la tempistica di risposta ed elaborazione dei dati raccolti in informazioni;
- la tipologia di attività su cui si indaga e la posizione nella filiera dell'enogastronomia;
- il ruolo e la mansione di chi si sottopone alle indagini di rilevazione dei fabbisogni di innovazione e formazione;
- le caratteristiche anagrafiche, culturali e professionali di chi si sottopone alle indagini di rilevazione dei fabbisogni di innovazione e formazione.

In una *prima fase* saranno realizzati studi sulle prospettive evolutive settoriali. Si opererà una prima ricerca di tipo documentario prendendo come punti di riferimento fonti istituzionali di documenti già esistenti in materia (Sistema Informativo Excelsior, ISTAT, uffici comunali, provinciali, regionali, ASL, pubblicazioni specifiche di settore prodotte da enti di ricerca e o di formazione).

Le analisi di questa fase riguarderanno le specificità del comparto enogastronomico e le possibili interazioni con tutti i settori che contribuiscono allo sviluppo territoriale campano. In particolar modo dovranno essere analizzate le opportunità di crescita derivanti dall'applicazione di processi produttivi all'avanguardia nel rispetto delle norme volontarie e cogenti sulla tracciabilità e rintracciabilità.

In una *seconda fase* si svolgerà un'analisi di tipo quali-quantitativo. Si dovranno individuare con modalità sistemica le necessità delle imprese, in termini di professionalità strettamente dipendenti dall'innovazione e dall'applicazione della ricerca. Si dovrà individuare il gap reale delle skill maggiormente richieste. Solo in questo modo si potranno programmare dei corsi realmente utili al sistema produttivo. Si vuole facilitare creazione di figure professionali perfettamente integrabili nel mercato del lavoro, perché realmente richieste.

La *terza ed ultima fase* dell'analisi dovrà essere una interrelazione delle prime due. Il prodotto finale dell'analisi dei fabbisogni dovrà tener conto sia delle esigenze generali del settore, sia delle caratteristiche generali dei comparti di riferimento e sia, infine, delle specificità richieste dal sistema economico-produttivo.

L'analisi dei fabbisogni sarà uno strumento progettuale, ma anche un mezzo di trait d'union tra sistema dell'istruzione-formazione e sistema produttivo. Tout court l'analisi operata in collaborazione con l'intero partenariato sarà rivolta a coloro i quali si inseriranno nel mercato del lavoro a prescindere dalla specifica mansione o incarico. L'obiettivo del presente studio è proprio quello di dare dei validi strumenti a chi si inserirà nel mercato del lavoro. Ciò permetterà ai futuri lavoratori di svolgere con professionalità il proprio incarico e la propria mansione contribuendo, in egual misura allo sviluppo personale insieme a quello dell'intero comparto economico-territoriale.

*Localizzazione e metodologie.* La localizzazione è uno dei valori aggiunti della strutturazione dell'analisi dei fabbisogni: sarà operata a vari livelli dovrà interessare il territorio campano, relazionandolo a quello nazionale.

Ma nello specifico l'indagine dovrà essere contestualizzata all'ambito progettuale, cioè interesserà, tra le altre, le seguenti realtà territoriali: Alto e Basso Casertano, Napoli, le Isole del golfo di Napoli e Salerno.

L'analisi dei fabbisogni interesserà la suddetta area che rappresenterà il bacino della ricerca, ma si deciderà di diversificare l'utilizzo e la scelta degli strumenti di analisi a seconda delle opportunità esistenti. Nelle aree in cui saranno individuate delle imprese o enti disponibili ad eventuali collaborazioni si potranno utilizzare strumenti che necessitano dell'intermediazione, quali, ad esempio, i questionari. Nelle aree in cui, per qualsiasi motivo non si individuerà una collaborazione, potranno essere utilizzati strumenti che non sono legati alla territorialità quali ad esempio le interviste telefoniche o i questionari compilati tramite format web. Per la lista precisa degli strumenti utilizzabili per lo svolgimento dell'analisi si rimanda alla sezione "Definizione degli strumenti" della presente piattaforma

*Settori.* Il principale settore oggetto di indagine dell'analisi dei fabbisogni formativi è il settore

enogastronomico campano che per sue peculiarità intrinseche si interrela con altri in rapporto di complementarità. Si pensi alla dipendenza con il settore agroalimentare, con il settore zootecnico, con il settore turistico, ed infine con il settore della formazione. Il valore aggiunto dell'analisi dei fabbisogni così intesa sarà l'immagine di insieme, su cui si andrà a strutturare l'attività delle altre azioni del polo. Si potrà operare "sul particolare" partendo dal "globale" l'analisi congiunta dei fabbisogni formativi. Fatta salva l'analisi sul settore specifico dell'enogastronomia in Campania si opererà in diversi tipi di contesto, come riportati di seguito:- istituzionale, nel quale si indagherà sulle politiche di programmazione della formazione;- territoriale dal quale si rileveranno le specifiche riguardanti la situazione economica, occupazionale, sociale, ambientale, demografica- economico-produttivo dal quale si evinceranno i processi evolutivi intra/extra-settoriali - organizzativo nel quale si studieranno le novità e lo status quo dei processi, delle tecnologie, dei prodotti/mercati, puntando l'attenzione su quelli classificabili quali "eccellenze".

*Strategie ed opportunità.* Il campione della ricerca sarà individuato in primis tra le aziende e gli enti del partenariato. Si sfrutterà questa opportunità in ragione del numero di operatori coinvolti e della loro migliore disponibilità a sottoporsi ad interviste o comunque a rispondere a tutte le istanze proposte con i diversi strumenti utilizzati per la rilevazione dei fabbisogni. Inoltre, si utilizzeranno le ricerche di tipo documentale realizzate nell'ambito dell'attività di analisi come fonte dell'individuazione del campione dell'analisi dei fabbisogni. Infine, tenendo conto della grande utilità che porterà l'analisi dei fabbisogni ai comparti di riferimento, si coinvolgeranno numerose associazioni, enti di categoria e piccole e medie imprese.

*Contenuti dell'analisi.* La ricerca dei fabbisogni, analizzata anche attraverso il QFD, da un punto di vista contenutistico sarà divisa in fabbisogni generali e tecnici.

#### *Fabbisogni generali*

- dati occupazionali e di mercato,
- analisi dei trend,
- presenza/assenza delle iniziative di innovazione ed i relativi vincoli,
- potenzialità e limiti del settore,
- consistenza e qualificazione dei sistemi di qualità,
- controllo attivati,
- procedure correnti la produzione ed il piazzamento dei prodotti, sul mercato non solo Europeo
- necessità di formazione/riconversione del personale impiegato,
- grado di conoscenza e consapevolezza delle opportunità di protezione delle colture e del valore delle cultivar in uso.
- Servizi in outsourcing,
- Difficoltà logistiche collocazione sul mercato,
- Collaborazioni extra territoriali,
- Professionalità in esubero

#### *Fabbisogni tecnici*

- Consapevolezza del fenomeno delle produzioni di nicchia
- Capacità di valorizzare le produzioni di nicchia
- Consapevolezza dei problemi e delle opportunità della tracciabilità e rintracciabilità
- Modalità di lotta ai parassiti
- grado di conoscenza dell'utilizzo delle proteine vegetali per vini e mosti,
- confidenza con la opportunità di trattamento delle biomasse per ottenere energia pulita
- grado di solidarietà nella filiera produttore-ristoratore
- aspetti tecnici tipici del settore da individuare tra e con le aziende del partenariato

*Output.* Per condividere pienamente i risultati del lavoro di analisi dovranno essere prodotti degli output cartacei e/o digitali: ciascuno per ogni fase-modalità studio.

Dovrà essere prodotto, altresì, un output finale di sintesi relativo al settore enogastronomico dal quale dovranno emergere i profili professionali settoriali che saranno oggetto delle attività formative.

L'output prodotto si rivolge al settore enogastronomico, ma in particolar modo è destinato alle piccole e medie imprese del territorio campano.

### **Metodologia di analisi dei fabbisogni di innovazione**

**Il fabbisogno di innovazione non è sicuramente rilevabile attraverso domande del tipo**

“di quale innovazione hai bisogno” che produrrebbe risposte stereotipate, con il rischio di rilevare solo “esigenze di tendenza”. Il Polo intende condurre un’analisi qualitativa che consente di penetrare in profondità le situazioni di “bisogno” rapportandole alle reali esigenze innovative del settore di riferimento.

La rilevazione del fabbisogno di innovazione sarà condotta attraverso l’analisi:

1. dei processi aziendali in atto;
2. delle ricerche condotte e delle nuove tecnologie applicabili al settore;
3. delle necessità delle imprese in termini di professionalità strettamente dipendenti dall’innovazione, per individuare il gap tra skill attuali e skill necessarie.

Il confronto con le aziende sul tema dell’innovazione nascerà dai focus group.

L’obiettivo è individuare le esigenze di innovazione provenienti dalle aziende del territorio in modo tale da poter delineare e declinare le macro-competenze necessarie al personale per rispondere adeguatamente alle esigenze di innovazione riscontrate ed al miglioramento del servizio produttivo stesso.

Tutto ciò come base per la costruzione dei profili professionali sui quali elaborare la progettazione esecutiva dei percorsi IFTS che hanno l’obiettivo di formare personale tecnico qualificato in supporto alle esigenze di innovazione delle imprese.

La metodologia di rilevazione dei fabbisogni di innovazione utilizzerà il modello QFD al fine di analizzare la relazione tra i requisiti di innovazione espressi dalle imprese (o direttamente o indotti grazie all’input dei Centri di Ricerca) e le caratteristiche delle figure professionali da elaborare, con l’individuazione delle competenze necessarie per sostenere le linee di sviluppo sottese alle esigenze di innovazione dell’impresa.

In occasione dei focus group iniziali- il team che conduce – con la collaborazione dei referenti aziendali e con gli input dei Centri di ricerca ( Istituto Biochimica delle proteine- Benecon Centro Regionale di Competenza- Laboratorio “Agro-chimica Sud”- CNR Istituto per i Sistemi Agricoli e Forestali del Mediterraneo)- andrà ad individuare i requisiti di innovazione per il **processo** (declinato in aree funzionali) e per il **prodotto/servizio** (declinato in macroattività).

I dati così raccolti saranno formalizzati e trasfusi nel questionario di indagine ed utilizzati nelle interviste aziendali, generando una scala di priorità: in pratica a ciascuno dei requisiti di innovazione sarà assegnato un peso che esprime la loro rilevanza nel contesto della realtà e degli obiettivi di ciascuna impresa.

### **Numero dei Focus Group**

Sono previsti 2 focus group, entrambi in apertura della fase di indagine I focus group, oltre a produrre autonomi risultati di ricerca, costituiranno un valido supporto nella progettazione dei questionari, contribuendo ad integrare il *set* delle variabili e degli *item* del questionario utilizzato per l’indagine campionaria.

I 2 focus group avranno le stesse modalità di svolgimento, ma saranno divisi per ambiti territoriali (uno per Caserta e provincia- alto e basso casertano- l’altro per Napoli/ Isole del Golfo).

Entrambi i focus group vedranno coinvolti imprese di piccole/medie e grandi dimensioni, afferenti ai 3 diversi segmenti della filiera enogastronomica, tali da costituire gruppi eterogenei e rappresentativi dell’universo delle aziende di settore presenti sul territorio di incidenza del POLO.

## Definizione degli strumenti metodologici di indagine

*Modalità operative.* La realizzazione pratica dell'analisi dei fabbisogni di innovazione e formazione seguirà quanto stabilito in fase di programmazione, cioè seguirà le tre fasi principali della ricerca, la localizzazione proposta, secondo le strategie ed i contenuti individuati. Per uno scopo meramente operativo, per semplificare le operazioni di ricerca, il campione dell'analisi dei fabbisogni sarà clusterizzato secondo questa ratio: si suddividerà nelle "divisioni" principali che vanno da monte a valle del settore:

- *produttiva* che interessa la coltivazione, la raccolta- il processo produttivo
- *distributiva* che interessa collocazione del prodotto sul mercato
- *promozionale* che interessa l'uso del prodotto enogastronomico sul territorio principalmente per scopi turistici e ricreativi.

La suddivisione interesserà tutte le azioni e gli strumenti della ricerca dei fabbisogni. Tenendo presente la divisione del settore succitata e volendo schematizzare le azioni da seguire in ambito di implementazione della ricerca possiamo ricondurre lo studio alle sue tre fasi principali. Nel corso della *prima fase* si procederà come specificato realizzando delle ricerche documentarie utilizzando le fonti indicate. La *seconda fase* sarà strutturata in due azioni di ricerca dei fabbisogni: una basata sulla realizzazione di focus group (coinvolgendo enti ed imprese - many to many) e una sulla rilevazione dei dati (coinvolgendo i singoli operatori dei settori di riferimento - one to one). I focus group potranno essere realizzati invitando responsabili del settore al confronto sulle tematiche specifiche della fase del settore che rappresentano. Ci saranno dei FO.TO (FOCUS evenTO), si è scelto questo nome per la rispondenza alla funzione principale dello strumento di focus group. Per aumentare l'appeal, l'efficacia e l'efficienza del suddetto strumento i FO.TO saranno realizzati come mini-congressi. Si prevederanno dei focus group della "divisione" produttiva, distributiva e ristorativo-turistica realizzati in parallelo nella stessa giornata. La location dei focus group sarà scelta tra i luoghi messi a disposizione dall'intero partenariato. Alla fine dei focus di divisione si darà la possibilità a tutti i partecipanti del focus di divisione di confrontarsi in plenary. Alla fine di ogni FO.TO (FOCUS evenTO) saranno stilati dei report "divisionali" e report di plenary. Da un punto di vista contenutistico saranno rilevati bisogni tecnici di settore. In questo contesto dovranno emergere le eccellenze di processo e di prodotto, oltre alle problematiche e alle possibilità evolutive. Le azioni di rilevazione dei dati rivolgendosi al singolo (one to one) saranno realizzate essenzialmente con la realizzazione di questionari somministrati all'interno degli operatori del partenariato. I questionari potranno essere somministrati attraverso l'intervista personale o attraverso intervista telefonica. Tale modalità si definirà in fase operativa tenendo in considerazione elementi quali: la dimensione dell'ente/azienda, la distanza, la tipologia di divisione, etc.). Infine potrà essere utilizzata una diversa metodologia di diffusione del questionario: la somministrazione via web. Il questionario sarà elaborato come format online e sarà raggiunto con più facilità dai destinatari progettuali. Questa metodologia di somministrazione (one to many) potrà essere utile tenendo conto delle distanze dei vari contesti di ricerca. I focus group, oltre a produrre autonomi risultati di ricerca, costituiranno il supporto alla progettazione dei questionari per le successive fasi di lavoro, contribuendo alla definizione dei questionari e degli altri strumenti di indagine da utilizzare nelle successive fasi di raccolta dati.

**INDAGINI CAMPIONARIE O CENSURIE:** Vantaggi delle indagini campionarie rispetto a quelle censuarie: – modalità organizzative più flessibili

- contenimento costi di indagine sul campo
- maggiore rapidità raccolta ed elaborazione dati
- possibilità di approfondire l'analisi
- possibilità di garantire una maggiore accuratezza
- opportunità di concentrare le risorse sul controllo della qualità della rilevazione

L'indagine censuaria restituisce il valore vero dei parametri di interesse (proporzioni, percentuali, medie, totali, ...) mentre l'indagine campionaria ne fornisce solo una stima. Svantaggi della rilevazione campionaria: Mediante i dati rilevati è possibile ottenere un valore approssimato dei parametri, al quale è associabile un grado di fiducia quantificabile se e solo se la formazione del campione risponde a criteri di tipo probabilistico.

**QUESTIONARIO AUTO-SOMMINISTRATO,** prevede la compilazione direttamente da parte dell'intervistato senza la presenza dell'intervistatore, ad esempio nei questionari postali o via web. In questo caso è molto importante la presenza di istruzioni che devono indicare precisamente come rispondere ai vari tipi di domande.

**INTERVISTE TELEFONICHE:** richiedono un tempo relativamente breve, sono meno costose di quelle "face to face" e garantiscono comunque la presenza dell'intervistatore, anche se con tutti i limiti

derivanti dall'interazione telefonica, per questi motivi sono molto utilizzate. Le interviste telefoniche rappresentano oggi il metodo più utilizzato per la somministrazione dei questionari "strutturati" (a risposte chiuse), validato dall'altissimo tasso di abbonamenti telefonici e dagli ottimi risultati in termini di velocità/costo. Le interviste telefoniche si prestano per sottoporre dei questionari brevi e su argomenti non eccessivamente "invasivi".

**INTERVISTE PERSONALI "FACE TO FACE":** l'intervista personale rappresenta una delle più tradizionali metodologie di somministrazione del questionario. Attraverso esse è possibile ottenere un'elevata profondità di analisi del problema oggetto di ricerca, e mantenere più facilmente desto l'interesse dell'intervistato, particolarmente utile a liberare da inibizioni l'intervistato.

**INTERVISTE VIA WEB** per poter essere raggiungibili senza limitazioni temporali, i vantaggi pratici sono ovvi: un file di testo già digitato, scritto in un italiano più corretto di quello che si usa quando si dialoga, di una lunghezza non eccessiva. In poche parole: un'intervista pubblicabile senza ulteriori particolari aggiustamenti e senza nemmeno dover essere ridigitata.

**INTERVISTE POSTALI** L'inchiesta per posta rappresenta un criterio tradizionale di somministrazione del questionario e rappresenta ancora oggi un metodo valido in relazione ai peculiari punti di forza di cui si avvale.

### *Ruolo delle Parti Sociali*

Il Partenariato Tradizione e Innovazione nella Filiera Enogastronomia si compone di 77 partner, tra soggetti promotori e soggetti rilevanti, appartenenti, come previsto per i Poli formativi, alle categorie delle Università, delle Istituzioni scolastiche, dei Centri di Ricerca, degli Enti di formazione, delle Associazioni e delle Aziende. La rete dei partner garantirà il ruolo di moltiplicatore strategico di informazioni delle attività del polo nell'ambito delle proprie azioni di comunicazione sia attraverso gli strumenti comuni (siti internet, mailing list, eventi, materiale di divulgazione) sia attraverso la definizione di standard di comunicazione da adottare nell'attuazione del progetto. Il partenariato costituito da attori eterogenei e diversificati consentirà il raggiungimento di destinatari differenziati ed una conseguente diffusione delle azioni del polo sull'intero ambito territoriale di operatività.

#### **In particolare:**

Le imprese sono le protagoniste dell'indagine (attrici dei focus- protagoniste delle interviste-destinatari dei questionari).

L'Università è responsabile della fase 1 - analisi documentale

Università/Centri di ricerca/ Enti di Formazione sono responsabili della fase 2 (focus- stesura questionario).

Scuole/Enti di formazione si faranno carico della somministrazione dei questionari e delle interviste.

Università/Enti di formazione avranno il compito della stesura del report finale di sintesi.

Le altre parti sociali sono così coinvolte:

**Associazioni di Categoria** → individuazione delle aziende e successiva fase di diffusione dei risultati

**Enti** → raccolta informazioni statistiche ex ante- diffusione dei risultati ex post

↓

Amministrazione Provinciale di Caserta (assessorato politiche agricole)

Camera di Commercio di Caserta

Ente Parco Regionale del Matese

Comunità Montana Penisola Amalfitana

Comuni di: Teano- Cancellò Arnone- Ruviano- Carinaro- San Marcellino

Organizzazione Sindacale UIMEC UIL

*Aziende, dipartimenti universitari, centri di ricerca che si prevede di coinvolgere nell'analisi*

Denominazione	IS M. Buonarroti
Indirizzo	viale Michelangelo
CAP	81100
Città	Caserta
Provincia	CE
Telefono	0823/325088
E-Mail	CEIS01200D@istruzione.it
Cognome e Nome del referente	Di Pippo Antonia
L'ente è stato contattato?	0
L'ente ha inviato lettera di impegno?	0
Denominazione	Seconda Università di Napoli - Dipartimento di cultura del progetto
Indirizzo	Abbazia di San Lorenzo ad Septimum - Borgo San Lor
CAP	81031
Città	Aversa
Provincia	CE
Telefono	0818146433
E-Mail	dip.culturadelprogetto@unina2.it
Cognome e Nome del referente	Gambardella Carmine
L'ente è stato contattato?	0
L'ente ha inviato lettera di impegno?	0
Denominazione	BENECON - Centro Regionale di Competenza per i Beni Culturali Ecologia e Economia
Indirizzo	Abbazia di San Lorenzo ad Septimum - Borgo San Lor
CAP	81031
Città	Aversa
Provincia	CE
Telefono	0818146433
E-Mail	dip.culturadelprogetto@unina2.it
Cognome e Nome del referente	Gambardella Carmine
L'ente è stato contattato?	0
L'ente ha inviato lettera di impegno?	0
Denominazione	Dipartimento di Scienze Economiche
Indirizzo	Via Sant'Angelo s.n.c. - Loc. Folgara
CAP	03043
Città	Cassino
Provincia	FR
Telefono	07762004810
E-Mail	i.raimondi@eco.unicas.it
Cognome e Nome del referente	Bianchi Marina
L'ente è stato contattato?	0
L'ente ha inviato lettera di impegno?	0
Denominazione	Consorzio Cosvitec
Indirizzo	via Galileo Ferraris 171
CAP	84142

Città	Napoli
Provincia	NA
Telefono	0815621292
E-Mail	info@cosvitec.it
Cognome e Nome del referente	Bolletti Censi Sergio
L'ente è stato contattato?	0
L'ente ha inviato lettera di impegno?	0
Denominazione	IPSAR Telese
Indirizzo	via Fondo Bosso 1/3
CAP	80077
Città	Ischia
Provincia	NA
Telefono	081983210/081981566/
E-Mail	teleseischia@libero.it
Cognome e Nome del referente	D'Avino Giuliana
L'ente è stato contattato?	0
L'ente ha inviato lettera di impegno?	0
Denominazione	Cantine Caputo SpA
Indirizzo	Via Consortile Zona ASI Aversa Nord
CAP	81032
Città	Carinaro
Provincia	CE
Telefono	0815033955
E-Mail	info@cauto.it
Cognome e Nome del referente	Caputo Corrado
L'ente è stato contattato?	0
L'ente ha inviato lettera di impegno?	0
Denominazione	A.i.a.b. (Associazione Italiana Agricoltura Biologica)
Indirizzo	via Tasso 169
CAP	80127
Città	Napoli
Provincia	NA
Telefono	081 7613830
E-Mail	basile@aiab.it
Cognome e Nome del referente	Basile Salvatore
L'ente è stato contattato?	0
L'ente ha inviato lettera di impegno?	0
Denominazione	CNR Istituto di Biochimica delle Proteine
Indirizzo	via Pietro Castellino 111
CAP	80131
Città	Napoli
Provincia	NA
Telefono	081 6132273
E-Mail	f.lacara@ibp.cnr.it
Cognome e Nome del referente	Rossi Mosè
L'ente è stato contattato?	0

L'ente ha inviato lettera di impegno?	0
Denominazione	Infothesi s.a.s. di G. Mele & C.
Indirizzo	via G.Porzio 14 Centro Direzionale Is. G1
CAP	80100
Città	Napoli
Provincia	NA
Telefono	0817879821
E-Mail	info@infothesi.it
Cognome e Nome del referente	Mele Giuseppina
L'ente è stato contattato?	0
L'ente ha inviato lettera di impegno?	0
Denominazione	ACLI - Associazioni Cristiane Lavoratori Italiani
Indirizzo	Via De Martino, 14
CAP	81100
Città	Caserta
Provincia	CE
Telefono	0823278047
E-Mail	michele.zannini@acli.it
Cognome e Nome del referente	Zannini Michele
L'ente è stato contattato?	0
L'ente ha inviato lettera di impegno?	0
Denominazione	ACLITERRA - Associazione Professionale Agricola
Indirizzo	Via A. Bargoni, 8
CAP	00153
Città	ROMA
Provincia	RM
Telefono	0639365214
E-Mail	michele.zannini@acli.it
Cognome e Nome del referente	Zannini Michele
L'ente è stato contattato?	0
L'ente ha inviato lettera di impegno?	0
Denominazione	EN.FO.C. Ente Formazione Campano
Indirizzo	Via Pisani, 4
CAP	83020
Città	Domicella
Provincia	AV
Telefono	0815097725
E-Mail	enfocprogetti@gmail.com
Cognome e Nome del referente	Picariello Massimo
L'ente è stato contattato?	0
L'ente ha inviato lettera di impegno?	0
Denominazione	Confagricoltura Caserta
Indirizzo	via Nazario Sauro
CAP	81100
Città	Caserta
Provincia	CE

Telefono	0823327181
E-Mail	picone@upacaserta.it
Cognome e Nome del referente	Marulli Antonio
L'ente è stato contattato?	0
L'ente ha inviato lettera di impegno?	0
Denominazione	A.N.A.S.B.
Indirizzo	Via Cesare Battisti, 68
CAP	81100
Città	Caserta
Provincia	CE
Telefono	0823356743
E-Mail	info@ansab.it
Cognome e Nome del referente	Garofalo Raffaele
L'ente è stato contattato?	0
L'ente ha inviato lettera di impegno?	0
Denominazione	Confartigianato Imprese Caserta
Indirizzo	Via Fulvio Renella 113
CAP	81100
Città	Caserta
Provincia	CE
Telefono	0823212814
E-Mail	caserta@intranet.confartigianato.it
Cognome e Nome del referente	Bellopede Salvatore
L'ente è stato contattato?	0
L'ente ha inviato lettera di impegno?	0
Denominazione	Casearia Olimpica S.r.l.
Indirizzo	Viale Olimpico
CAP	81030
Città	Lusciano
Provincia	CE
Telefono	0818141877
E-Mail	info@caseariaolimpica.it
Cognome e Nome del referente	Serra Francesco
L'ente è stato contattato?	0
L'ente ha inviato lettera di impegno?	0
Denominazione	Fattoria Prattico di Claudio Prattico & C Snc
Indirizzo	Via Franco Alfano, 14
CAP	80123
Città	NAPOLI
Provincia	NA
Telefono	0823925313
E-Mail	info@fattoriaprattico.it
Cognome e Nome del referente	Prattico Claudio
L'ente è stato contattato?	0
L'ente ha inviato lettera di impegno?	0

Denominazione	Confartigianato Federazione Provinciale di Napoli
Indirizzo	Via Medina, 63
CAP	80100
Città	Napoli
Provincia	NA
Telefono	0815520039
E-Mail	webmaster@confartigianatona.it
Cognome e Nome del referente	Inferrera Enrico
L'ente è stato contattato?	0
L'ente ha inviato lettera di impegno?	0
Denominazione	Camera di Commercio Industria ed Artigianato Caserta
Indirizzo	via Roma 75
CAP	81100
Città	Caserta
Provincia	CE
Telefono	0823249111
E-Mail	info@ce.camcom.it
Cognome e Nome del referente	Farina Mario
L'ente è stato contattato?	0
L'ente ha inviato lettera di impegno?	0
Denominazione	Biocert
Indirizzo	via Tasso 169
CAP	80127
Città	Napoli
Provincia	NA
Telefono	081 7613830
E-Mail	salvatorebasile@biocert.it
Cognome e Nome del referente	Basile Salvatore
L'ente è stato contattato?	0
L'ente ha inviato lettera di impegno?	0
Denominazione	Confartigianform Mezzogiorno
Indirizzo	Via Ponte dei granili, 22/A - 8146 NA
CAP	80100
Città	Napoli
Provincia	NA
Telefono	0815593179
E-Mail	info@confartigianform.it
Cognome e Nome del referente	Campese Antonio
L'ente è stato contattato?	0
L'ente ha inviato lettera di impegno?	0
Denominazione	Antichi Sapori di Sagnella Maria Pina
Indirizzo	Via Nazionale Sannitica, 48
CAP	82030
Città	Castelvenere
Provincia	BN
Telefono	0824940232
E-Mail	castelle@castelle.it

Cognome e Nome del referente	Sagnella Maria Pina
L'ente è stato contattato?	0
L'ente ha inviato lettera di impegno?	0
Denominazione	Organizzazione Sindacale UIMEC-UIL
Indirizzo	Via Verdi
CAP	80035
Città	Nola
Provincia	NA
Telefono	0818234791
E-Mail	uimecnola@libero.it
Cognome e Nome del referente	Buonomo Vera
L'ente è stato contattato?	0
L'ente ha inviato lettera di impegno?	0
Denominazione	Confapi Campania - Confederazione Regionale delle Piccole e Medie Imprese
Indirizzo	Centro Direzionale Isola C2 Scala B
CAP	80143
Città	NAPOLI
Provincia	NA
Telefono	-
E-Mail	magenito@tin.it
Cognome e Nome del referente	Genito Maurizio
L'ente è stato contattato?	0
L'ente ha inviato lettera di impegno?	0
Denominazione	Agenzia locale di sviluppo dei comuni dell'area Nolana
Indirizzo	Via Trivice D'Ossa
CAP	80030
Città	Camposano
Provincia	NA
Telefono	0818226360
E-Mail	g.cianciulli@agenziaareanolana.it
Cognome e Nome del referente	Cimmino Ciro
L'ente è stato contattato?	0
L'ente ha inviato lettera di impegno?	0
Denominazione	Lavoro e Salute s.c.a.r.l.
Indirizzo	via Cinque Pietre 2
CAP	81045
Città	Galluccio
Provincia	CE
Telefono	0823925841
E-Mail	info@vinitelaro.it
Cognome e Nome del referente	Telaro Luigi
L'ente è stato contattato?	0
L'ente ha inviato lettera di impegno?	0
Denominazione	Consorzio di Tutela dei Vini a d.o.c., Asprinio d,Aversa,

	Falerno del Massico e Galluccio
Indirizzo	via Acquaviva 128
CAP	81100
Città	Caserta
Provincia	CE
Telefono	0815048645
E-Mail	info@vitica.it
Cognome e Nome del referente	Caputo Nicola
L'ente è stato contattato?	0
L'ente ha inviato lettera di impegno?	0
Denominazione	Comunità Montana Penisola Amalfitana
Indirizzo	Via Municipio, 11/B
CAP	84010
Città	Tramonti
Provincia	SA
Telefono	089876354
E-Mail	info@cmpa.sa.it
Cognome e Nome del referente	Ferraioli Raffaele
L'ente è stato contattato?	0
L'ente ha inviato lettera di impegno?	0
Denominazione	Associazione Culturale Enogastronomica Campana
Indirizzo	Piazza Pasquale Paoli, 6
CAP	84100
Città	Salerno
Provincia	SA
Telefono	089222591
E-Mail	info@terradivino.it
Cognome e Nome del referente	Pellecchia Gaspare
L'ente è stato contattato?	0
L'ente ha inviato lettera di impegno?	0
Denominazione	Comitato Regionale FIPE Campania
Indirizzo	Piazza Salvo D'Acquisto, 32
CAP	80134
Città	Napoli
Provincia	NA
Telefono	0817979111
E-Mail	napoli@confcommercio.it
Cognome e Nome del referente	Snichelotto Luigi
L'ente è stato contattato?	0
L'ente ha inviato lettera di impegno?	0
Denominazione	Slow Food Caserta
Indirizzo	via Fuga 62
CAP	81100
Città	Caserta
Provincia	CE
Telefono	0823354063
E-Mail	sabatsa@alice.it

Cognome e Nome del referente	Pascale Gaetano
L'ente è stato contattato?	0
L'ente ha inviato lettera di impegno?	0
Denominazione	Slow Food - Ischia e Procida
Indirizzo	via Cretaio al Crocifisso c/o Trattoria
CAP	80070
Città	Barano D'ischia
Provincia	NA
Telefono	081902944
E-Mail	info@trattoriaalfocolare.it
Cognome e Nome del referente	D'Ambra Riccardo
L'ente è stato contattato?	0
L'ente ha inviato lettera di impegno?	0
Denominazione	Ente Bilaterale Turismo Campania
Indirizzo	Via S. Lucia, 36
CAP	80100
Città	Napoli
Provincia	NA
Telefono	0812471318
E-Mail	info@ebtc.it
Cognome e Nome del referente	Parisi Ugo
L'ente è stato contattato?	0
L'ente ha inviato lettera di impegno?	0
Denominazione	Parco Regionale del Matese
Indirizzo	c/o Comunità Montana del Matese, via Sannitica
CAP	81016
Città	Piedimonte Matese
Provincia	CE
Telefono	0823543116
E-Mail	info@parcodelmatese.com
Cognome e Nome del referente	Scialla Giuseppe
L'ente è stato contattato?	0
L'ente ha inviato lettera di impegno?	0
Denominazione	Movimento Consumatori Comitato Provinciale di Napoli
Indirizzo	Corso Umberto I 259
CAP	80138
Città	Napoli
Provincia	NA
Telefono	0814976238
E-Mail	napoli@movimentoconsumatori.it
Cognome e Nome del referente	Assante Vincenzo
L'ente è stato contattato?	0
L'ente ha inviato lettera di impegno?	0
Denominazione	Amministrazione Provinciale di Caserta
Indirizzo	corso Trieste

CAP	81100
Città	Caserta
Provincia	CE
Telefono	0823247111
E-Mail	presidenza@provinciacaserta.it
Cognome e Nome del referente	De Franciscis Alessandro
L'ente è stato contattato?	0
L'ente ha inviato lettera di impegno?	0
Denominazione	Cia - Confederazione Italiana Agricoltori
Indirizzo	via Renella
CAP	81100
Città	Caserta
Provincia	CE
Telefono	0823326755
E-Mail	campania@cia.it
Cognome e Nome del referente	Ciardello Salvatore
L'ente è stato contattato?	0
L'ente ha inviato lettera di impegno?	0
Denominazione	Unione Regionale del Commercio, del Turismo e dei Servizi della Regione Campania - Confcommercio Campania
Indirizzo	Piazza Salvo D'acquisto 32
CAP	80134
Città	Napoli
Provincia	NA
Telefono	0815514187
E-Mail	formazione@confcommerciocampania.it
Cognome e Nome del referente	Maddaloni Maurizio
L'ente è stato contattato?	0
L'ente ha inviato lettera di impegno?	0
Denominazione	Strada del vino Costa d'Amalfi
Indirizzo	Via Municipio, 11/B - c/o Comunità Montana Penisol
CAP	84010
Città	Tramonti
Provincia	SA
Telefono	089876354
E-Mail	gentile@cmpa.sa.it
Cognome e Nome del referente	Grimaldi Salvatore
L'ente è stato contattato?	0
L'ente ha inviato lettera di impegno?	0
Denominazione	Le strade del vino in terra di lavoro
Indirizzo	Via Roma c/o Camera di commercio Caserta
CAP	81100
Città	Caserta
Provincia	CE
Telefono	0823925313
E-Mail	info@fattoriaprattico.it
Cognome e Nome del	Prattico Claudio

referente	
L'ente è stato contattato?	0
L'ente ha inviato lettera di impegno?	0
<p>Le aziende protagoniste dell'indagine saranno in prevalenza quelle coinvolte nel POLO, sia direttamente che indirettamente per il tramite delle associazioni di categorie e degli enti partners.</p> <p><b>Direttamente:</b> sono presenti nel partenariato n. 15 aziende (alcune delle quali in forma consortile) relative ai segmenti produzione/distribuzione/promozione del settore di riferimento.</p> <p><b>Tramite le Associazioni di Categoria</b> (AIAB Campania – Confederazione Italiana Agricoltori- Confagricoltura- Le Strade del Vino di Terra di Lavoro- Strade del Vino Costa d'Amalfi- Confartigianform Mezzogiorno- Slow Food- Acli Terra – ANSAB – Associazione VinIschia-Confartigianato Caserta) saranno individuate le aziende secondo i parametri definiti nella Rete:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- fatturato medio annuo</li> <li>- numero di addetti</li> <li>- mercato nazionale</li> <li>- mercato internazionale (export)</li> <li>- tecnologie utilizzate</li> <li>- propensione all'innovazione</li> </ul> <p>Il totale stimato delle aziende coinvolte nella fase di indagine è n. <b>100</b> aziende.</p>	

*I tempi proposti per la realizzazione*

<i>Descrizione attività</i>	<i>Data inizio</i>	<i>Giorni durata</i>
<b>Fase operativa</b>	<b>07/01/2010</b>	70
<b>Documento sui risultati</b>	<b>10/03/2010</b>	15

<b>Diagramma di GAANT</b>			
	<i>Gennaio 2010</i>	<i>Febbraio 2010</i>	<i>Marzo 2010</i>
<i>Analisi documentale</i>	<b>X</b>	<b>X</b>	
<i>1^ incontro con le Parti sociali</i>	<b>X</b>		
<i>Focus Group (n.2)</i>	<b>X</b>		
<i>Stesura del questionario</i>	<b>X</b>		
<i>Somministrazione del questionario</i>		<b>X</b>	
<i>Interviste</i>		<b>X</b>	
<i>Stesura documento di sintesi</i>			<b>X</b>
<i>2^ incontro con le Parti sociali</i>			<b>X</b>

Le risorse impegnate ricalcano la divisione per fasi delle attività.

**1. RICERCATORI SOCIOECONOMICI (analisi documentaria)**

Saranno gli esperti impegnati nella realizzazione di studi di ricerca ed analisi dei fabbisogni di innovazione e formazione. La figura nello specifico studierà e analizzerà gli indicatori socio economici del settore dell'enogastronomia in Campania utilizzando tra le altre le fonti indicate nella presente progettazione esecutiva.

Le analisi di questa fase riguarderanno le specificità del comparto enogastronomico e le possibili interazioni con tutti i settori che contribuiscono allo sviluppo territoriale campano. In particolar modo dovranno essere analizzate le opportunità di crescita derivanti dall'applicazione di processi produttivi all'avanguardia nel rispetto delle norme volontarie e cogenti sulla tracciabilità e rintracciabilità. La stessa figura si occuperà della redazione o del coordinamento della redazione del documento finale dei risultati della ricerca.

Competenze. Il Ricercatore socioeconomico ha già svolto analisi nel campo della ricerca sociale, economica e statistica, è in grado di applicare i metodi di campionamento e di analisi dei dati, le tecniche econometriche, il calcolo delle probabilità e quant'altro, sia di predisporre questionari ed interviste. E' in grado poi di redigere documenti e presentare i risultati delle proprie ricerche. Deve possedere da un lato grandi capacità di organizzazione e pianificazione del proprio lavoro, dall'altro una notevole abilità di scrittura, doti comunicative e relazionali, unite ad intuizione, curiosità, capacità di valutazione critica e di pronta risoluzione dei problemi.

Titoli e formazione richiesta. Laurea preferibilmente in economia, statistica, sociologia o scienze politiche oppure il dottorato di ricerca o da un corso di specializzazione in ambito socioeconomico.

Per la seconda fase saranno necessarie le seguenti risorse umane che dovranno individuare con modalità sistemica le necessità delle imprese, in termini di professionalità strettamente dipendenti dall'innovazione e dall'applicazione della ricerca. Dovranno individuare il gap reale delle skill maggiormente richieste.

**- RICERCATORI/TRICI SOCIOECONOMICI**

Si occuperanno della somministrazione dei questionari nelle varie modalità designate in ambito progettuale: interviste telefoniche, interviste face to face, interviste via web. Le figure nello specifico si occuperanno della rilevazione delle competenze degli operatori del settore enogastronomico verificando quelle necessarie per operare secondo processi di eccellenza e quelle che attualmente mancano. Dal punto di vista contenutistico si occuperanno della rilevazione prevista dalla seconda fase della ricerca dell'analisi di fabbisogni di innovazione e formazione. Competenze. I ricercatori dovranno conoscere le tecniche di somministrazione dei questionari, dovranno essere in grado di sottoporre i questionari ad interviste telefoniche. È necessaria la conoscenza dell'utilizzo del PC, degli applicativi tipo office.

Dovranno operare in ottica di problem solving per affrontare le questioni pratiche di realizzazione e somministrare di questionari o di indagini statistiche.

Titoli di studio. esperienze di realizzazione, somministrazione ed elaborazione di questionari, o comunque dovrà avere esperienza nell'ambito della raccolta ed elaborazioni dati.

**- MODERATORI (focus group )**

Sono necessari 2 moderatori che guideranno i focus group organizzati Dovranno occuparsi della redazione di deliverable di sintesi degli eventi. Tali documenti infatti faranno parte integrante dell'analisi delle questioni di settore e dei bisogni di formazione/innovazione.

Competenze. Le figure professionali dovranno avere spiccate qualità organizzative. Le competenze richieste alla figura sono quelle tipiche del project manager insieme a quelle di moderatore. Dovrà essere in grado di gestire e dirigere al conversazione, far parlare tutti i partecipanti al focus group, evitare le ripetizioni, coordinare i focus group Dovrà avere competenze ed esperienze riguardo alla risoluzione dei conflitti. Inoltre, si prediligeranno le figure con una spiccata capacità dialettica e le figure che si relazionano normalmente nell'ambito delle dinamiche di gruppo. Per la parte organizzativa, il moderatore dovrà avere capacità di problem solving. Si prediligeranno le figure che già hanno esperienza nell'ambito di contesti in cui si utilizzano le varie tecniche di comunicazione. Infine, è indispensabile un'ottima capacità di coordinamento.

Titolo di studio. Laurea (preferibilmente in discipline della comunicazione o socio-economiche).

**Le risorse impegnate per l'Azione sono le seguenti:**

**n. 1 Direttore del Corso (ISISS M. Buonarroti)**

n. 1 Coordinatore di Azione ( ISISS M. Buonarroti)  
n. 2 Ricercatore per l'analisi documentale→Università  
n. 2 Moderatori per i 2 focus group → Ente di Formazione  
Si aggiungeranno n. 2 ricercatori socioeconomici per l'elaborazione del questionario → Centri di ricerca/Università  
n. 4 risorse umane per la fase di somministrazione dei questionari/interviste → Scuole/Enti  
La stesura del report è affidata a n. 2 risorse umane → Università/Ente.  
n. 1 Monitoratore dell'Azione (di processo e di risultato) .

### *I risultati attesi*

I risultati che si attende il polo enogastronomico dalla realizzazione dell'analisi dei fabbisogni di innovazione e formazione sono sovrapponibili alla tipologia dei destinatari individuati.

Risultati attestati inerenti al Polo.

Produzione di output che terranno conto dello status settoriale e delle prospettive che ne agevoleranno il suo sviluppo. Gli output in questione conterranno:

- rilevazione delle esigenze di innovazione e di formazione
- analisi del gap di skill settoriali richieste e competenze già esistenti
- analisi settoriale e correlazione con gli altri settori che operano nello stesso territorio
- rilevazione delle prospettive di possibile sviluppo interno (dello stesso settore) e congiunto (con altri settori direttamente o indirettamente collegati).
- mappatura del contesto socio-economico-produttivo di settore

Risultati attestati inerenti alle piccole e medie imprese, e più in generale al sistema produttivo settoriale.

Produzione e condivisione di analisi utili allo sviluppo e all'innovazione riguardo:

- alla produzione e dello status tecnologico
- alla ricerca di innovazione
- ai processi organizzativo-logistici
- alle competenze richieste

I primi due ordini di risultati saranno complementari e consequenziali ai risultati che si aspettano per i destinatari finali intesi come possibili operatori di settore:

- partecipazione a percorsi formativi strutturati sulle reali esigenze del settore enogastronomico
- crescita della professionalità in relazione alle nuove tecnologie ai nuovi processi organizzativo-logistici e ai nuovi prodotti,
- specializzazione della propria professionalità
- fruizione di servizi alla persona progettati partendo dalle esigenze manifestate da chi opera realmente nel settore
- miglioramento del proprio cursus professionale e delle proprie competenze

L'analisi dei fabbisogni produrrà anche un documento generale di sistema che rappresenterà uno strumento di conoscenza delle esperienze nel settore enogastronomico. Il documento sarà di supporto non solo nell'individuazione delle figure professionali da formare ma anche:

- nell'accompagnamento a processi di riforma;
- nel sostegno al trasferimento tecnologico dal mondo della ricerca al mondo della produzione;
- nell'identificazione di modelli e di buone pratiche già presenti sul territorio ed esportabili ad altre realtà imprenditoriali;
- nel trasferimento di esperienze significative e di eccellenza

Alla fine del lavoro di analisi dei bisogni di innovazione e della formazione il polo produrrà oltre ai deliverable specifici alle prime due fasi di ricerca, menzionate nella descrizione della metodologia, anche un documento finale.

Tale elaborato verrà realizzato tenendo presente le prime due fasi dell'analisi.

Il documento finale sarà così costituito, conterrà dati quali-quantitativi in forma estesa e tabellare riguardanti: • le prospettive evolutive del settore enogastronomico di medio e lungo periodo • l'elaborazione dell'analisi dei fabbisogni professionali e formativi, • informazioni di carattere quali-quantitativo sulla carenza di figure e/o di competenze nei settori medesimi;

- le principali competenze richieste nel settore enogastronomico

### **Indice del rapporto finale**

1. Obiettivi
2. Oggetto dell'indagine
  - 2.1 Descrizione del progetto
  - 2.2 Il contesto della ricerca/azione
  - 2.3 Bisogni e motivazioni
  - 2.4 Domanda/offerta
3. Metodologia dell'analisi
  - 3.1 Quadro teorico e metodologico
  - 3.2 Definizione degli strumenti
4. Analisi dei focus group e profili di competenze
  - 4.1 Strumenti di ricerca
  - 4.2 Analisi degli strumenti di lavoro in seguito alla ricognizione delle risorse territoriali
  - 4.3 Dati a confronto
  - 4.4 Proposte operative e rilevazione dei bisogni
  - 4.5 Conclusioni sui focus
5. Raccolta dei dati
  - 5.1 Strumenti/ricerche/azioni
  - 5.2 Indagini campione
  - 5.3 Questionari
  - 5.4 Interviste
6. Analisi dei risultati
  - 6.1 L'offerta e le prospettive di occupazione
  - 6.2 I fabbisogni di innovazione
  - 6.3 Informazioni di carattere quali-quantitativo sulle carenze di figure e/o di competenze nel settore di indagine
  - 6.4 Professionalità e competenze da sviluppare
  - 6.5 Connessione e/o ri-modellamento delle figure professionale impegnate con le figure nazionali (IFTS) in considerazione dei risultati dell'analisi dei fabbisogni.
7. Conclusioni

Il rapporto finale sarà

- ✓ Presentato alle Parti Sociali (2^ incontro di Azione);
- ✓ Discusso in CTS di Rete per giungere alla definizione comune delle figure IFTS da progettare;
- ✓ Consegnato agli Operatori dell'Azione di Sistema 2 per la fase di DIFFUSIONE DEI RISULTATI

### **SOGGETTO ATTUATORE**

Timbro e Firma del Legale Rappresentante

Data e Luogo \_\_\_\_\_