



Nuovi trend e nuovi scenari – Analisi delle competenze e dei profili manageriali per le aziende del sistema moda

I PARTNER DELL'INIZIATIVA

Il progetto è stato promosso da Confindustria Venezia – Area metropolitana di Venezia e Rovigo e Federmanger Venezia. La sua realizzazione è stata affidata al Politecnico Calzaturiero S.c.p.A.

GLI OBIETTIVI, I TARGET E LE ATTIVITA' SVOLTE

L'obiettivo della ricerca è stato quello di analizzare i principali trend sociali ed economici mondiali che, nei prossimi anni, influenzeranno i modelli di sviluppo delle Aziende della Moda calzatura Venete e studiare l'impatto che questi avranno nelle competenze dei manager che dovranno accompagnare il cambiamento dei processi progettuali, produttivi, di comunicazione e vendita. E' stata, inoltre, costruita una solida base concettuale, metodologica e strumentale finalizzata a produrre metodologie di valutazione di impatto potenziale e degli approcci di diffusione della ricerca per l'utilizzo a livello regionale, multiregionale e nazionale.

Il Veneto è caratterizzato da una presenza diffusa e prevalente di una filiera di aziende terziste B2B che producono per brand noti, da poche aziende locali B2C e da impianti produttivi di multinazionali. Nell'ambito delle prime due tipologie le criticità più significative sono rappresentate da una parte dai grandi clienti che chiedono ormai una risposta Nuovi trend e nuovi scenari – Analisi delle competenze e dei profili manageriali per le aziende del sistema moda "industriale" ai loro fabbisogni e dall'altra dalle

aziende che hanno intrapreso un processo di managerializzazione e che sono ancora troppo poche. Il progetto ha quindi analizzato il ruolo del manager a fronte dei principali trend che stanno già fortemente impattando sulle aziende della calzatura e più in generale della moda. Le principali attività di ricerca sono state: l'analisi dei trend in atto e impatto sulle competenze manageriali. Sono stati analizzati i trend legati a digitalizzazione, sostenibilità e modifica comportamenti di consumo; la definizione dei nuovi profili manageriali e dei processi ed attività presidiate in azienda; la recensione di casi (anche non di successo) di aziende che hanno affrontato il processo di managerializzazione; l'elaborazione di una metodologia di valutazione di impatto e diffusione dei risultati. Il progetto è stato realizzato nell'arco di temporale di 9 mesi.

I RISULTATI

Le attività di ricerca realizzate hanno portato ai seguenti risultati: 1) la definizione dei trend che caratterizzeranno, nei prossimi anni, lo sviluppo delle Aziende del Settore Moda (Digitalizzazione, la Sostenibilità e l'Economia Circolare; 2) l'identificazione dei tratti comuni che caratterizzano i percorsi di successo di alcune Aziende della Moda: a) Decisori con la consapevolezza dei cambiamenti in atto e la volontà di cambiare; b) Agenti di sviluppo con competenze manageriali che accompagnano complessi e articolati processi di cambiamento e introduzione di innovazione c) Consulenti esterni



di processo e prodotto e formatori che aiutano le imprese a riorganizzare i processi e attivare processi di apprendimento/riapprendimento; d) Personale interno che si riqualifica (upskilling e reskilling) con percorsi di formazione finalizzati all'acquisizione di soft skill e di competenze tecniche; 3) il modello di accompagnamento elaborato per lo sviluppo delle competenze manageriali nelle aziende del settore. Tale modello prevede azioni di ricerca, intervento e formazione diretti alle quattro tipologie di attori, prima identificati, quali: a) Interventi per aumentare la consapevolezza dei decisori sui trend e sull'importanza di attivare processi di managerializzazione delle PMI; b) Formazione per aggiornare le competenze specifiche settoriali degli Agenti del cambiamento; c) Formazione per aggiornare i consulenti sui trend emergenti e i processi di managerializzazione delle PMI; d) Azioni per sviluppare le soft skills di tutto il personale (in particolare dei quadri) ed aggiornarli sulle competenze tecnico-manageriali relative ai trend. Tale modello presenta caratteristiche trasferibili anche ad altri settori manifatturieri.

Nel dettaglio, dalla ricerca emerge come le aziende B2B puntino verso la digitalizzazione progressiva di tutte le aree aziendali per una migliore riorganizzazione e ottimizzazione dei processi, mentre le aziende B2C prediligano particolarmente la digitalizzazione dei processi di Marketing, Comunicazione e Vendite; in entrambi i casi vi è un'attenzione a potenziare l'area Risorse umane introducendo figure digitali e formando il personale per sfide attuali. Per quanto riguarda la Sostenibilità e l'Economia Circolare, invece, le aziende B2C mirano a

sviluppare competenze manageriali in Area Marketing e Comunicazione e le Aziende B2B in Area Supply Chain, lungo tutto il processo di approvvigionamento.

Altro fattore fondamentale risulta essere lo sviluppo delle soft skills da parte di tutto il personale dell'azienda, per favorire un clima collaborativo nel trasformare pratiche routinarie e introdurre l'innovazione nel proprio lavoro.

LE RISORSE ON-LINE

La pubblicazione "Nuovi trend e nuovi scenari. Analisi delle competenze e dei profili manageriali per le aziende del sistema moda" che descrive i risultati della ricerca è disponibile al seguente link:

<http://www.politecnicocalzaturiero.it/web/politecnicocalzaturiero/gate.nsf/contents/attivita?openform&id=525D699BF0395A59C12587DE004E325B>

