

ALLEGATO B



PIANO FORMATIVO cod_____ ¹

Linea 1

 **SVILUPPO TERRITORIALE**

TITOLO: Il settore Tessile sviluppo e prospettive

REGIONE – SICILIA -

Di seguito si fornisce uno schema con le indicazioni di massima dei principali contenuti e caratteristiche cui le Parti Sociali possono attenersi nella predisposizione del Piano Formativo.

Il Piano Formativo sarà allegato al/i Progetto/i di Formazione presentati nell'ambito dello stesso Piano

CARATTERISTICHE DEL PIANO FORMATIVO

Ambito di riferimento e tipologia dell'intervento formativo	<input checked="" type="checkbox"/> Aziendale <input type="checkbox"/> Interaziendale <input checked="" type="checkbox"/> Territoriale <input checked="" type="checkbox"/> Distrettuale <input checked="" type="checkbox"/> Filiera <input checked="" type="checkbox"/> Settoriale <input type="checkbox"/> Intersettoriale <input checked="" type="checkbox"/> Individuale
Settore/i produttivo/i	TESSILE E ABBIGLIAMENTO
Territorio/i	REGIONE SICILIA
Priorità Orientamenti Obiettivi specifici	Si intende promuovere, realizzare e diffondere iniziative di formazione continua volte allo sviluppo dei settori di attività dell'artigianato e alla valorizzazione delle risorse umane condividendo la convinzione che la loro valorizzazione sia un fattore fondamentale per migliorare la competitività delle imprese artigiane e delle piccole e medie imprese, ai fini di garantire anche la qualità dei prodotti e la sicurezza dei consumatori e la occupabilità dei lavoratori. Tali progetti si configurano come una risposta attenta e consapevole in ordine al valore strategico della formazione, quale leva fondamentale per innalzare i livelli di crescita della collettività.

¹ Da compilarsi a cura di FONDARTIGIANATO

ALLEGATO B

Finalità	<input checked="" type="checkbox"/> Competitività di Sistema <input checked="" type="checkbox"/> Sviluppo Locale <input checked="" type="checkbox"/> Competitività di impresa <input checked="" type="checkbox"/> Qualità prodotto/processo <input checked="" type="checkbox"/> Innovazioni
Validità e durata Piano	a valere su una specifica scadenza dell'Invito:..... a valere sull'insieme delle scadenze dell'Invito:
Eventuale Interazione/Integrazione con altri interventi di formazione ed altre fonti di finanziamento	ACCORDI DI PROGRAMMA E/O PROGRAMMAZIONE INTEGRATA TRA PARTI SOCIALI E ISTITUZIONI OVVERO SOGGETTI PUBBLICI E/O PRIVATI REGIONALI E/O PROVINCIALI: (Descrivere brevemente le caratteristiche della integrazione degli interventi)
Risorse necessarie per gli interventi previsti	(specificando eventuali fonti di finanziamento diverse dal Fondo) Euro

ALLEGATO B

Descrizione contesto e sua evoluzione

ALLEGATO B

Sociale Economico Produttivo	<p>Da un recente studio è emerso che sul territorio siciliano il comparto tessile – abbigliamento presenta delle aggregazioni produttive localizzate in territori che vanno dalla provincia di Catania verso Caltanissetta, Enna e Messina. Quest’ultima provincia, seppure non contigua, presenta un discreto insediamento di aziende che si insiste su tutto il versante tirrenico. Pertanto, si sono delineate all’interno della nostra isola tre “poli produttivi”:</p> <ul style="list-style-type: none">- Bronte – tale realtà si è sviluppata attorno ad una delle principali imprese meridionali di produzione di jeans che ha favorito il processo di aggregazione con altre piccole realtà, interfacciandosi tra esse e i committenti. L’azienda leader procede alla verifica della qualità dei capi confezionati e alla distribuzione del lavoro alle altre aziende del “polo”.- Valvagnera/Regalbuto – le imprese, diversamente dalla realtà precedente, vendono i loro prodotti, generalmente di qualità molto alta con un proprio marchio. I punti di forza sono rappresentati da un elevato standard qualitativo che richiede sbocchi di mercato opportuni.- Messina/Nebrodi – è una realtà interessante all’interno della quale si è generata una sorta di polo produttiva che sintetizza un po’ tutta la filiera in senso verticale: dalla maglieria, alla camiceria, alle confezioni conto proprio, al conto/terzisti. Lo standard è medio-alto. Il punto di forza risiede nella produzione made in Sicily. <p>Il comparto del tessile/Abbigliamento in Sicilia e più specificatamente nei poli produttivi testè menzionati ha maturato una realtà verosimilmente interessante. Di contro l’eccessivo individualismo che rappresenta il comune denominatore delle aziende che operano in questo comparto non ha mai consentito una comunicazione di filiera.</p> <p>In Sicilia ci sono tante piccole imprese, forse ce ne sono troppe o meglio sono troppo piccole. E’ vero, la globalizzazione propone sfide che molte imprese non sembrano in grado di raccogliere. Ma la lezione dei distretti e del loro sviluppo, in Italia, ci ha offerto e continua ad offrire una evidenza particolare: la competitività delle piccole imprese nei distretti è rafforzata dalle interrelazioni e dai legami che si stabilizzano sul territorio in forza della specializzazione settoriale. Le imprese da sole non sono in grado di competere sui mercati internazionali.</p> <p>Mentre i distretti storici , in Italia, segnano il passo e cercano di riposizionarsi sui mercati, avanza rapidamente il fenomeno dei nuovi distretti nel Mezzogiorno. Lo sviluppo di nuovi sistemi produttivi locali nel sud Italia costituisce uno dei fenomeni più interessanti per le politiche di riduzione degli squilibri regionali. Qualcosa si sta muovendo anche in Sicilia, anche se il deficit nella dotazione dei fattori e le diseconomie esterne sembrano ostacolare la formazione delle reti locali di imprese specializzate.</p> <p>In Sicilia il comparto tessile e dell’abbigliamento ha scontato negli ultimi anni gli effetti della crisi nazionale ed internazionale, sperimentando un deciso calo delle commesse, specie all’interno. Il settore manifesta in Sicilia una limitata capacità di penetrazione sui mercati esteri, mentre un’elevata percentuale del prodotto deriva da lavorazioni in subfornitura per conto di grandi imprese nazionali. La forte dipendenza da committenti fuori dalla regione rende più vulnerabili le imprese locali alla concorrenza dei paesi emergenti, contrassegnati da costi produzione e di manodopera fortemente competitivi. Una strategia per stimolare la crescita delle imprese del settore, superando il vincolo del conto/terzismo, richiede azioni mirate alla valorizzazione dei prodotti, alla creazione di marchi propri e alla promozione di forme di aggregazione tra le imprese appartenenti ai poli produttivi regionali, al fine di favorirne il posizionamento sui mercati finali di sbocco.</p> <p>Lo scorso anno è stato deludente per molti operatori. Vi è una depressione che ormai permane da anni e che mette ulteriormente a rischio il sistema e la sua filiera costituita da tante piccole imprese.</p> <p>Il settore continua ancora a soffrire per la debole congiuntura economica internazionale, per la rinnovata spinta alla delocalizzazione nei paesi dell’est e per la concorrenza sempre aggressiva dei prodotti della Cina.</p> <p>Da parte degli imprenditori bisogna puntare di più sui mercati extraeuropei e su prodotti innovativi, nonché a migliorare il rapporto con la distribuzione, ed a ricercare nuove nicchie, anche quelle più sofisticate e difficili.</p> <p>Le azioni strategiche da porre in essere si possono ricondurre essenzialmente a:</p>
------------------------------------	--

ALLEGATO B

	<ul style="list-style-type: none"> - sostenere fortemente il credito; - incentivare la formazione; - puntare sul valore aggiunto del made in Italy,
Mercato	<p>Il nostro territorio, o meglio, tutto il territorio nazionale, che nel corso degli anni ha affrontato, e sta affrontando, diverse difficoltà derivanti dalle crisi cicliche e congiunturali che hanno interessato l'intero settore, oggi subisce un ulteriore ridimensionamento di fronte a cambiamenti che sono rapidissimi e che non hanno trovato una pronta reazione nel sistema delle imprese.</p> <p>La situazione è quindi complessivamente delicata e necessita di un impegno particolare da parte di tutti i soggetti, privati e pubblici, attivi sul territorio.</p> <p>Gli imprenditori preoccupati vivono nell'incertezza del futuro, ma sono consapevoli che è importante resistere e continuare a stare sul mercato non in modo passivo, ma guardando avanti, cominciando ad individuare possibili percorsi, investendo ad esempio in conoscenza, formazione, immagine, eticità, promozione, visibilità, in nuovi contatti con buyers e mercati emergenti, cercando di distinguersi valorizzando il made in Italy e le sue eccellenze, creando valore e favorendo processi di aggregazione.</p> <p>Il nostro territorio non è esente da fenomeni di delocalizzazione e decentramento; questi processi sono ormai una realtà che bisogna imparare a gestire attraverso un giusto equilibrio tra la ricerca del basso costo, l'allargamento del proprio mercato e la collaborazione con la subfornitura locale.</p> <p>Una corretta integrazione di questi tre elementi consente di diventare sicuramente più internazionali ma di mantenere un buon radicamento sul territorio, per proteggere le nostre competenze ma anche il Made in Italy che è ancora un valore assoluto per tutti.</p>

Descrizione processi e loro evoluzione	
Lavorativi	L'artigianato si caratterizza per la presenza di figure professionali assai variegata i cui confini funzionali non sono quasi mai delineati in modo netto. La commistione tra elementi diversi, talora rimodulati in forme nuove ed originali, è apparsa come tratto distintivo del comparto. Appare pertanto, assai complesso descrivere in modo analitico i processi lavorativi aziendali che caratterizzano l'impresa artigiana per cui la progettazione di uno strumento adatto a rilevare i bisogni ed i fabbisogni delle aziende unito ai successivi interventi di formazione per i lavoratori dovrebbe permettere di superare tale limite strutturale.
Organizzativi	Quanto rilevato in merito ai processi lavorativi si riflette anche nell'ambito dei processi organizzativi delle imprese artigiane. Infatti, si tratta di un tessuto aziendale costituito prevalentemente da micro-imprese al cui interno sono presenti poche unità lavorative. Ciò si traduce nella confluenza di ruoli e funzioni organizzative nella medesima persona con conseguente indifferenziazione delle singole funzioni dell'impresa
Innovazione	Le strade da percorrere sono: l'innovazione, la creatività, la ricerca, il marketing, il valore aggiunto del servizio, la collaborazione tra le imprese. Pertanto, bisogna rafforzare i punti forti del sistema, facendo leva non solo sulla creatività e styling, ma anche sull'innovazione dei servizi al cliente.

ALLEGATO B

Mercato	Il settore manifesta in Sicilia una limitata capacità di penetrazione sui mercati esteri, mentre un'elevata percentuale del prodotto deriva da lavorazioni in subfornitura per conto di grandi imprese nazionali. La forte dipendenza da committenti fuori dalla regione rende più vulnerabili le imprese locali alla concorrenza dei paesi emergenti, contrassegnati da costi produzione e di manodopera fortemente competitivi
---------	--

Descrizione tecnologie e prodotto/i e loro innovazione	
Tecnologie	Tradizione e tecnologia, quotidianità e innovazione: questa è la ricetta del successo del made in Italy e questa è la realtà e l'attualità dell'artigianato. L'artigianato è una realtà produttiva fortemente interessata all'innovazione tecnologica. Basti pensare che secondo una recente indagine, il 70% degli artigiani intervistati, ritiene che la qualità è l'arma vincente per continuare ad esporre. E non è un caso che, nonostante la crisi economica, nell'ultimo biennio oltre la metà delle imprese artigiane abbia effettuato innovazioni che hanno avuto un consistente impatto sui processi aziendali. Dall'analisi delle imprese emerge effettivamente che molte di esse sono concentrate sulla qualità e sull'innovazione, il che dimostra come il successo e l'imprenditorialità responsabile possano consolidarsi a vicenda. Il processo di apprendimento dovrebbe infine basarsi su metodi di misurazione o autovalutazione atti a determinare il successo delle pratiche seguite e controllare e valutare i progressi.
Prodotto/i	Il tessuto imprenditoriale, oltre a necessitare di azioni di animazione finalizzate a favorire la diffusione tecnologica, va sostenuto anche attraverso interventi diretti a incentivare le imprese e realizzare investimenti nelle attività di ricerca finalizzate ad aumentare la competitività dei processi e dei prodotti. Le imprese artigiane del settore tessile, hanno l'esigenza di rafforzare le proprie basi scientifiche e tecnologiche, prevedendo una serie di iniziative finalizzate alla diffusione dell'innovazione, alla promozione dei prodotti e alle ricerche di mercato.

Descrizione fabbisogni formativi	
Relazionali	Il settore dell'artigianato svolge nel nostro territorio una fondamentale azione non solo di carattere economico, ma anche di carattere sociale. di carattere economico, in quanto le aziende artigianali danno lavoro ad una importante fetta di cittadini e cittadine della Sicilia, sostenendo con la genialità e lo spirito di sacrificio dei titolari delle imprese e dei loro collaboratori un processo economico virtuoso. Dal punto di vista sociale, il mondo dell'artigianato in generale, è l'universo lavorativo sul quale bisognerà fondare le basi per la riappropriazione ed il rilancio di quella tradizione di laboriosità che sempre distinto la cultura siciliana.

ALLEGATO B

Descrizione fabbisogni formativi	
Di processo	<p>La convinzione è, che la valorizzazione delle risorse umane sia un fattore fondamentale per migliorare la competitività delle imprese artigiane e delle PMI, ai fini di garantire anche la qualità dei prodotti e la sicurezza dei consumatori, e la occupabilità dei lavoratori. Tale impegno si configura come una risposta attenta e consapevole delle organizzazioni datoriali e sindacali al richiamo dei decisori politici in ordine al valore strategico della formazione, quale leva fondamentale per innalzare i livelli di crescita della collettività. Nell'artigianato, quindi, la formazione continua dei lavoratori occupati è risorsa fondamentale per la competitività dell'impresa e per l'occupabilità dei lavoratori.</p> <p>Questi due obiettivi, devono sempre fare i conti con alcune delle principali caratteristiche delle aziende artigiane, le quali, oltre ad avere specifiche regolamentazioni, si distinguono per la dimensione e la presenza diffusa in tutti i settori.</p> <p>La natura delle competenze dell'imprenditore, e spesso la sua stessa storia, insieme all'organizzazione produttiva dell'azienda creano invece una diffusa rigidità rispetto alla capacità di rispondere alle trasformazioni del mercato ed alle esigenze di innovazione organizzativa, soprattutto nel caso in cui sia necessario riposizionare l'impresa rispetto ai prodotti offerti al mercato di riferimento. Questa rigidità si ripercuote sulla competitività delle imprese, che devono affrontare un'economia in rapida ed intensa evoluzione sia a livello locale sia a livello internazionale, ed è una delle ragioni dell'elevato tasso di nati-mortalità aziendali. La formazione continua costituisce, pertanto, il fattore determinante per il miglioramento delle sue strategie funzionali a gestire il cambiamento, l'innovazione organizzativa dell'impresa e l'adeguamento delle sue strategie commerciali, e consolidare la presenza sul mercato.</p>
(altro)	

ALLEGATO B

Descrizione processi di apprendimento	
Metodologie	<p>Le metodologie da applicare per la realizzazione dei progetti formativi facenti riferimento al Piano riguardano:</p> <p style="text-align: center;">Rilevazione ed analisi dei fabbisogni formativi</p> <p>Il fabbisogno formativo indica l'insieme dei contenuti di specifici interventi di formazione formulati a partire dai bisogni emersi. Per definire efficacemente i fabbisogni formativi bisogna procedere partendo dall'analisi dei bisogni di formazione. Senza l'analisi dei fabbisogni è difficile progettare una formazione efficace, rispondente ai bisogni reali dell'artigianato siciliano.</p> <p>In sintesi:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Nella rilevazione dei bisogni formativi si dovrebbero aver presenti le caratteristiche strutturali e le dinamiche interne ed esterne all'organizzazione; si dovrebbe tener conto dei bisogni espressi dagli individui nei termini di conoscenze, competenze e motivazioni e del sistema di attese reciproche tra organizzazione e persone che la compongono.2. L'analisi dei bisogni di formazione si configura come una vera e propria attività di ricerca.3. L'identificazione dei bisogni e la definizione del fabbisogno formativo è esso stesso momento di formazione per le persone che vi partecipano. <p>In questa fase della formazione bisogna valutare:</p> <ol style="list-style-type: none">1. in quale misura e in quali condizioni la formazione può soddisfare le esigenze individuate senza creare false aspettative;2. come definire gli indicatori di efficacia attraverso i quali poter stabilire successivamente se le attività formative hanno raggiunto gli obiettivi attesi;3. quali contenuti erogare in funzione degli obiettivi di sviluppo pensati. <p>La definizione di fabbisogno formativo è legata al superamento del gap esistente tra le competenze che occorre possedere per svolgere una determinata attività e quelle possedute dal soggetto nel momento in cui la formazione ha inizio.</p> <p>I fabbisogni formativi vengono, inoltre, definiti come la necessità, più o meno esplicita, di adeguare le competenze delle persone alle caratteristiche della struttura organizzativa e alle modalità di lavoro aziendali, in funzione delle esigenze di produzione e del mercato o di determinati scenari socio-economici previsionali.</p> <p>I fabbisogni formativi non sono sempre evidenti e immediatamente acquisibili, è necessario quindi rilevarli attraverso forme di indagine diretta (ad esempio attraverso ricerche preliminari) e anche mediante un'analisi documentale dei rapporti o indagini di</p>

ALLEGATO B

ricerca relativi al territorio economico e imprenditoriale di riferimento.

Accoglienza ed orientamento dei partecipanti

In questa fase del processo formativo vengono effettuate tutte quelle attività necessarie a fornire ai partecipanti gli strumenti per effettuare scelte consapevoli nel processo formativo. L'accoglienza e l'orientamento hanno come obiettivo principale quello di presentare ai partecipanti le finalità generali del programma di formazione, gli obiettivi da raggiungere e gli strumenti da utilizzare nel corso dell'attività formativa.

Erogazione della formazione

L'erogazione della formazione è l'effettivo concretizzarsi di quanto è stato progettato e pianificato. La qualità di un intervento di formazione non dipende soltanto dalla professionalità dei singoli formatori: il gruppo di progetto che lavora alla concreta realizzazione dello stesso ha un peso notevole.

L'erogazione della formazione è composta principalmente dalla somministrazione delle competenze necessaria al soggetto formato per svolgere al meglio il compito per il quale è stato assegnato. Le competenze rappresentano l'insieme di capacità e di conoscenze necessarie allo svolgimento delle attività lavorative.

Specificatamente:

- le conoscenze costituiscono il know-how di riferimento per una data attività professionale
- le capacità includono i processi attuativi da esercitare nell'attività professionale

Le modalità attuabili per la formazione sono di diverso tipo, in sintesi possiamo elencare

1. lezioni frontali il cui scopo è quello sia di somministrare le conoscenze che formale dal punto di vista relazionale la persona
2. apprendimento affiancato on-site che avviene direttamente in azienda guidando la persona durante le prime fasi dello svolgimento dell'attività
3. osservazioni guidate in cui vengono illustrate le procedure allo scopo di impartire le nozioni necessarie allo sviluppo delle capacità
4. esercitazioni strutturate per verificare il grado di apprendimento sia delle conoscenze che delle capacità
5. formazione a distanza per somministrare le conoscenze senza l'obbligo della presenza fisica in aula
6. simulazioni di situazioni di lavoro per verificare le capacità gestionali e risolutive

Monitoraggio e valutazione delle competenze

La valutazione del processo formativo è una fase essenziale nella gestione del progetto. Si tratta di verificare se gli obiettivi

ALLEGATO B

	<p>prefissi sono stati raggiunti sia dal punto di vista qualitativo che quantitativo. Tale valutazione va effettuata attraverso un monitoraggio che si basa su valutazioni effettuate durante tutte le fasi della formazione in modo da quantificare le conoscenze di base dei formanti, il loro gradimento e soprattutto le conoscenze acquisite durante i corsi.</p>
Strumenti	<p>Gli strumenti didattici utilizzati potranno essere costituiti da indagini, studi e ricerche di settore individuati coerentemente agli obiettivi dei singoli moduli formativi. Essi saranno caratterizzati da:</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> linguaggi semplici e positivi;<input type="checkbox"/> approfondimenti tecnici;<input type="checkbox"/> organizzazione sistemica e organica dei contenuti di rinforzo dell'apprendimento<input type="checkbox"/> Multimedia lità <p>Gli strumenti formativi possono comprendere:</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> lucidi, lavagna a fogli mobili per le lezioni frontali,<input type="checkbox"/> utensili, strumenti di lavoro,<input type="checkbox"/> computer, macchinari, impianti ed altre attrezzature analoghe a quelle utilizzate nelle situazioni lavorative di riferimento. <p>Le risorse tecnologiche devono rispondere al requisito di funzionalità rispetto ai contenuti didattici ed alle metodologie di apprendimento sottese.</p>
Modalità organizzative	<p>Prerequisiti per la progettazione formativa</p> <p>Il modello formativo per l'artigianato e per la piccola impresa deve soddisfare alcuni prerequisiti di base al fine di porsi come schema di riferimento per orientare e organizzare l'intervento formativo sul campo. I principi organizzativi e progettuali sono i seguenti:</p> <ul style="list-style-type: none">• La formazione deve realizzarsi in modo concentrato (pochi giorni per volta) ma diluita nel tempo con intervalli adeguati, anche di più settimane;• Le attività formative per durata e ciclicità devono essere congrue rispetto agli obiettivi che si intende raggiungere ed ai contenuti da erogare;• Deve essere chiaro a quali fabbisogni formativi e a quali necessità di aggiornamento risponde un intervento di formazione.• I contenuti formativi, a prescindere dall'ambito a cui si riferiscono devono sempre trovare un riscontro con il contesto, le funzioni e i processi aziendali di riferimento.• Gli interventi devono chiaramente indicare il tipo di utenza per cui sono progettati, considerando il ruolo principale svolto in azienda dei partecipanti; <p>Gli interventi devono essere collocati nei periodi dell'anno in cui si registra un minor impegno lavorativo delle imprese e dei beneficiari nel processo produttivo.</p>

ALLEGATO B

Documentazione (utilizzo materiali e prodotti di esperienze precedenti)	I progetti si svilupperanno sulla base di specifici sussidi, predisposti al fine di facilitare il miglior apprendimento delle tematiche oggetto delle lezioni. Il materiale didattico dei corsi sarà predisposto da un apposito gruppo di lavoro costituito da esperti in materia e sarà per lo più costituito da: dispense riguardanti i diversi moduli didattici; normative di settore su supporto cartaceo e/o informatico; normative su supporto cartaceo e/o informatico riguardante il dlgs.81/08
--	--

Contenuti formativi da sviluppare

La filiera produttiva del tessile: produttori di fibre, filatori, tessitori, nobilitatori, costruttori di macchine La filiera produttiva dell'abbigliamento Le dinamiche evolutive delle imprese del settore tessile – abbigliamento Il reperimento delle materie prime I mercato di sbocco

Analisi di mercato

Comprendere i concetti, le finalità e l'impatto organizzativo dei sistemi di Gestione Aziendale Conoscere la normativa per i Sistemi Certificati

Introduzione ai Sistemi di Gestione Aziendale: La cultura aziendale e gli impatti organizzativi secondo un Sistema di Gestione Aziendale Fonti principi e strumenti della normativa per i sistemi di certificazione qualità; requisiti e processi. La documentazione del SGI e procedure comuni per l'attuazione, funzionamento e azioni correttive Alcune tipologie di analisi per la qualità. conoscere ed applicare gli strumenti del Sistema Qualità.

Concetto di marketing e ambiti di applicazione: analisi dell'offerta di mercato: la concorrenza;- customer satisfaction: o qualità reale e qualità percepita; sistema informativo e ricerche di marketing; il marketing al tempo di internet: implicazioni e opportunità; strumenti e leve del marketing La manutenzione accidentale o a guasto (programmata/non programmata) La manutenzione preventiva: manutenzione quotidiana; controllo periodico (misurazione del degrado): diagnosi degli impianti o messa a punto (riparazione o sostituzione preventiva) per il recupero del degrado; sostituzioni preventive su basi statistiche a età costante, su basi statistiche a data costante, manutenzione secondo condizione La manutenzione migliorativa Il costo di mancanza (provocato dal fermo macchina o dalla mancata produzione)

Elaborazione del Piano strategico per il settore tessile, abbigliamento

ALLEGATO B

Priorità dell'intervento
“PREVENTIVO”: <ul style="list-style-type: none">✓ anticipare i bisogni di formazione✓ aggiornare e migliorare le competenze professionali rispetto a opportunità di mercato/innovazioni tecnologiche/modificazioni dei processi produttivi/evoluzione delle professionalità✓ adeguare la qualificazione professionale dei lavoratori “CURATIVO”: <ul style="list-style-type: none">✓ rispondere ai bisogni formativi specifici✓ riqualificare i lavoratori✓ aggiornare e migliorare le competenze professionali rispetto a opportunità di mercato/innovazioni tecnologiche/modificazioni dei processi produttivi/evoluzione delle professionalità✓ acquisire nuove qualificazioni professionali






Descrizione ruoli e profili professionali destinatari dell'azione	
Ruoli	La varietà che contraddistingue il settore artigiano, uno dei pochi che non si è mai adeguato ai meccanismi della produzione in serie, richiede un altrettanto varia tipologia di ruoli e funzioni riscontrabili all'interno delle singole aziende che rende difficile fare una rigida classificazione di ruoli e figure professionali. L'intreccio di competenze professionali si verifica con elevata frequenza e quindi si rende necessario pianificare la formazione in base alla situazione con la quale ci si trova a lavorare caso per caso.
Profili professionali	Il presente piano formativo si rivolge sia alla riqualificazione che alla creazione di nuove figure professionali da mantenere od inserire all'interno delle imprese artigiane siciliane.

ALLEGATO B

<p>AZIENDE/TERRITORI (descrizione dei bacini di riferimento e della tipologia, numero delle aziende e dei territori interessati)</p>	<p>Il bacino di riferimento è costituito dall'intero territorio regionale. Le imprese coinvolte nelle attività formative sono le imprese artigiane e PMI del settore tessile e dell'abbigliamento</p>
---	---

<p>PROGETTO/I (indicazione del Progetto/i finalizzato/i alla realizzazione del Piano Formativo)</p>	
--	--

ALLEGATO B

<p>PROGETTO/I (Indicazione del Progetto/i finalizzato/i alla realizzazione del Piano Formativo)</p>	
<p>PARTI SOCIALI</p>	<p>Timbro e Firme in originale CONFARTIGIANATO CONFARTIGIANATO IMPRESE SICILIA Via Emmerico Amalfi, 11 90139 Palermo</p> <p>CNA </p> <p>C.L.A.A.I. </p> <p>CASARTIGIANI CASARTIGIANI - SICILIA Via F. Guardione, 3 90139 PALERMO</p> <p>CGIL CGIL REGIONALE SICILIA PALERMO </p> <p>CISL CISL - SEGRETERIA REGIONALE PER LA SICILIA - PALERMO </p> <p>UIL UIL UNIONE ITALIANA DEL LAVORO SICILIA </p>

Data 08/09/2011