VERBALE DI ACCORDO

In data 20 gennaio 2005, presso la Confcommercio di Roma si sono incontrati:

Per l'Azienda Gruppo Coin S.p.A., Coin S.p A., Oviesse S.r.l.: i Signori: U. Turi, C. Cocchetto

Per:	FILCAMS CGIL	Il Signor L. Coppini
	FISASCAT CISL	Il Signor M. Piovesan
	UILTUCS UIL	Il Signor G. Rodilosso

al fine di esaminare nel merito i contenuti dei progetti aziendali da presentare al Fondo FORTE per la formazione di personale appartenente alle Società Gruppo Coin S.p.A., Coin S.p.A. e Oviesse S.r.l..

L'Azienda ha presentato alle Organizzazioni Sindacali Nazionali le linee guida di Piani di Formazione per i seguenti piani:

- sviluppo delle capacità gestionali e relazionali;
- orientarsi al cliente nella gestione del negozio e nella relazione di vendita;
- i fondamentali del management.

I contenuti formativi dei piani sono tesi al miglioramento e sviluppo delle capacità distintive delle persone che lavorano nell'ambito del Retail e che consentono un miglioramento delle performance in termini di gestione di contesti organizzativi sempre più complessi e di orientamento alla soddisfazione del cliente finale.

Dopo un esame dei programmi formativi le parti hanno concordato sulla validità degli stessi ed hanno quindi convenuto di inoltrarli a Forte per il relativo esame ed approvazione, avvalendosi preventivamente dell'assistenza dell' Ebiter così come previsto dalle vigenti disposizioni del POA e dell'avviso n. 1/04 di FORTE.

Al fine di monitorare il presente progetto di formazione, le parti convengono di istituire un Comitato paritetico di 6 componenti dei quali 3 nominati dall'Azienda e 3 nominati dalle Organizzazioni Sindacali firmatarie del presente accordo.

Letto, confermato e sottoscritto

Per Gruppo Coin S.p.A. – Coin S.p.A – Oviesse S.r.l.

Per le Organizzazioni Sindacali Nazionali

PIANI FORMATIVI

Per GRUPPOCOIN

DESCRIZIONE DEL PIANO:
"I fondamentali del management"
I senior professional sono sempre più chiamati a svolgere ruoli di responsabilità e coordinamento di risorse in logiche di lavoro per progetti e per processi.
E' quindi necessario supportare la crescita di queste figure professionali detentrici i di competenze specialistiche attraverso lo sviluppo di capacità "manageriali".
Con questo PIANO si intende sviluppare nei professionisti che operano in questo contesto maggior consapevolezza personale capacità di problem settino e gestione delle priorità e leadership.

OBIETTIVI GENERALI
Far assumere la consapevolezza delle proprie capacità e di quelle necessarie per sostenere in modo eccellente le responsabilità affidate
Aumentare il senso di responsabilità personale verso il proprio sviluppo e miglioramento.
Supportare lo sviluppo delle capacità critiche

MOTIVAZIONE ED ANALISI DELLA REALTA' AZIENDALE
I senior professional sono sempre più coinvolti in attività di progetto e processo e sono snodi significativi di comunicazione all'interno dell'organizzazione
Le attività formative che hanno supportato lo sviluppo delle capacità in queste figure professionali nel corso degli ultimi anni hanno avuto un notevole impatto nel miglioramento della performance.

AZIONI PROPEDEUTICHE
I contenuti didattici rivolti ai senior professional saranno predisposti in funzione del loro reale livello di capacità posseduto.
Pertanto le attività didattiche e le modalità di apprendimento adottate saranno progettate in funzione del risultato di attività di colloquio e di ascolto con ciascun partecipante.
Il percorso formativo si baserà su un forte impegno organizzativo e della persona coinvolta basato su un empowerment e orientamento individuale all'acquisizione delle capacità.

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO E BACINI TERRITORIALI DI RIFERIMENTO
Saranno coinvolti i senior professional della Sede di Mestre e nella medesima Sede (o in strutture alberghiere limitrofe) si terranno le attività formative

METODOLOGIE DI INTERVENTO
Questionari ed esercitazioni di gruppo
Colloqui individuali di orientamento
Aula tradizionale
Esercitazioni individuali e in sottogruppo
Role play
Simulazioni
Il supporto didattico avrà molta rilevanza in quanto un sistema di dialogo a distanza consentirà ai partecipanti di scambiare feedback ed osservazioni alla fine di ciascun modulo formativo.
Ciò parte dal presupposto che lo scambio di esperienza individuale rafforza lo sviluppo del gruppo.

RISULTATI ATTESI
I Senior Professional alla fine di ciascun intervento formativo avranno acquisito maggior consapevolezza dei proprio punti di forza e di debolezza per ciascuna delle capacità trattate negli interventi formativi.

PIANI FORMATIVI

Saranno riusciti a identificare un piano individuale di miglioramento individuando azioni specifiche da mettere in pratica nell'attività di tutti i giorni, rafforzando l'employability individuale.

Senior professional

ore allievo	Ore docenza	Numero corsi	Numero allievi	Imprese
400	40	1	18	3

PIANI FORMATIVI

Per COIN

DESCRIZIONE DEL PIANO:

"Orientarsi al cliente nella gestione del negozio e nella relazione di vendita"

Il settore del retail, e dei department store in particolare è sempre più dominato da un insieme di variabili fortemente complesse e interdipendenti come il brand, l'assortimento, il comportamento d'acquisto, gli stili di vita dei consumatori. L' ingresso di competitor stranieri, la crescita di catene con forte immagine di marca, la maggiore aggressività commerciale di nuove formule specialistiche impone per il brand Coin l'esigenza di formare le figure professionali chiamate a gestire il negozio su competenze organizzative gestionali a misura di cliente. capacità organizzative che determinato un funzionamento del punto vendita a dimensione del cliente.

Nello stesso tempo, il consumatore è sempre più attento alle caratteristiche del prodotto (qualità-prezzo) e soprattutto per l'abbigliamento richiede una relazione di vendita basata su forte competenza e capacità relazionale da pare del venditore.

Con questo PIANO si intende aggiornare e qualificare i professionisti che operano in questo contesto in termini di modalità di organizzazione del negozio prendendo in considerazione l'evoluzione delle abitudini d'acquisto del consumatore.

Il PIANO si propone coerentemente per:

Direttori e Capi Negozio lo sviluppo della capacità di organizzare l'attività di vendita in funzione delle esigenze del cliente

Assistenti alla vendita lo sviluppo della capacità di relazione con la cliente da parte con particolare attenzione all'abbigliamento (ambito nel quale la conoscenza del prodotto e l'assistenza durante la vendita diventano fattori determinanti per la decisione d'acquisto).

OBIETTIVI GENERALI

Gli obiettivi del piano sono pertanto di duplice ordine:

Direttori e Capi Negozio (coloro che hanno responsabilità nella gestione delle risorse e/o assortimenti) lo sviluppo della capacità di gestire e coordinare persone e risorse attraverso una maggior consapevolezza del contesto e soprattutto di orientamento al cliente finale

Assistenti alla Vendita (le figure professionali a contatto con il consumatore finale) lo sviluppo e miglioramento della capacità di identificare dello stile di abbigliamento e di trovare le argomentazioni più appropriate per proporre alternative che possono rispondere al bisogno personalizzando i vantaggi del prodotto.

MOTIVAZIONE ED ANALISI DELLA REALTA' AZIENDALE

Recenti test effettuati nell'ambito dell'abbigliamento hanno dimostrato che con livelli più elevati di attenzione al cliente aumentano le transazioni di vendita.

Inoltre tanto più il negozio "funziona" a seconda delle abitudini d'acquisto del consumatore tanto più è in grado di offrire un servizio in linea con le esigenze della clientela.

AZIONI PROPEDEUTICHE

I contenuti didattici rivolti agli Assistenti di Vendita prenderanno in considerazione analisi in corso sul cliente finale con particolare riguardo all'insegna Coin.

I contenuti didattici rivolti ai Direttori di Negozio e ai Capi Negozio prenderanno in considerazione analisi di posizionamento strategico e analisi organizzative basate sulle migliori "pratiche" adottate nei Punti Vendita di maggior successo.

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO E BACINI TERRITORIALI DI RIFERIMENTO

I Direttori di Negozio parteciperanno a sessioni formative presso la Sede di Gruppo Coin .

I Capi Negozio saranno coinvolti nell'attività a gruppi di macro aggregazione in linea di principio presso Sedi territoriali (aziendali o presso strutture esterne che specificheremo successivamente).

PIANI FORMATIVI

Gli Assisenti vendita saranno invece coinvolti all'interno di ciascuna filiale o presso struttura formativa adiacente in modalità di sottogruppo (le aree territoriali coinvolte saranno le medesime delle localizzazioni dei Punti Vendita Coin (su tutto il territorio nazionale).

METODOLOGIE DI INTERVENTO

Le metodologie di intervento variano a seconda dei diversi destinatari in quanto tengono in considerazione i diversi modelli di apprendimento.

Per i Direttori di Negozio ed i Capi Negozio:

Aula tradizionale

Esercitazioni individuali e in sottogruppo

Questionario di verifica dell'apprendimento con tutoraggio a distanza (solo per Capi Negozio)

Per gli Assistenti di Vendita

Aula tradizionale

Modalità on line di ripresa dei contenuti

Questionario di verifica dell'apprendimento con tutoraggio a distanza

RISULTATI ATTESI

I partecipanti alla fine di ciascun intervento formativo avranno acquisito le competenze di organizzazione e gestione del punto vendita nonché di orientamento al cliente.

Ciò consentirà all'azienda di aumentare la propria competitività attraverso il miglioramento delle capacità di organizzazione e gestione del lavoro nel punto vendita nonché della fidelizzazione della cliente quale fonte di vantaggio competitivo.

In sintesi

Venditori abbigliamento

Ore allievo	Ore docenza	Numero corsi	Numero allievi	Imprese
6.400	320	20	400	1

Direttori e Capi Negozio

ore allievo	Ore docenza	Numero corsi	Numero allievi	Imprese
1.720	64	8	215	1

PIANI FORMATIVI

Per OVIESSE

DESCRIZIONE DEL PIANO:

"Sviluppo delle capacità gestionali e relazionali"

Il settore del retail, nelle sue diverse componenti sta profondamente cambiando: ciò che lo distingue oltre alla razionalizzazione della supply chain allo sviluppo di private label, alla nascita di nuovi canali distributivi e alla sua progressiva caratterizzazione in termini di experience economy è anche la sfida di riuscire a gestire un insieme di variabili fortemente complesse e interdipendenti come il brand, l'assortimento, il comportamento d'acquisto, gli stili di vita dei consumatori.

Questo nuovo modo di interpretare il Retail ha determinato l'esigenza di formare figure professionali con spiccate capacità manageriali e di gestione delle risorse per trasmettere in modo pregnante l'orientamento al cliente quale frutto delle dinamiche e delle tendenze di sviluppo che caratterizzano il settore distributivo.

Con questo PIANO si intende aggiornare e qualificare i professionisti che operano in questo contesto sia in termini di modalità di gestione delle persone che di interazione con il cliente interno ed il cliente finale.

Il PIANO quindi si propone di formare:

Allievi Gerenti nella crescita ed acquisizione delle capacità richieste dal ruolo in coerenza con le esigenze del settore;

Direttori dei Punti Vendita per sviluppare e aggiornare la capacità di comunicare con il team di negozio nella logica di un sistema gestionale partecipativo e coinvolgente.

Di conseguenza coloro che sono a diretto contatto con il cliente:

Venditori dovranno adattare i loro comportamenti secondo le più attuali esigenze del cliente finale sviluppando la capacità di relazione con il consumatore.

OBIETTIVI GENERALI

Gli obiettivi del piano sono pertanto di duplice ordine:

Per le figure professionali: Allievi Gerenti e Direttori di Negozio, che vedono una forte componente di responsabilità di persone e processi, uno sviluppo della capacità di gestire e coordinare persone attraverso una maggior consapevolezza del contesto e soprattutto di orientamento al cliente finale

Per le figure professionali a contatto con il consumatore finale: Venditori sviluppare una maggiore sensibilità alla lettura dei bisogni e quindi un maggior orientamento al cliente finale anche in termini di relazione.

MOTIVAZIONE ED ANALISI DELLA REALTA' AZIENDALE

Dai bilanci delle competenze in corso sta emergendo la necessità di aggiornare i contenuti dello "stile di leadership e sviluppo delle persone" al fine di contribuire meglio alla creazione di team orientati al cliente.

Nell'ambito di ricerche che si stanno svolgendo nel settore del Retail, anche le formule commerciali basate sul libero servizio, evidenziano la necessità di rafforzare la componente relazionale del personale di vendita. Pertanto è necessario nel brand Oviesse rafforzare la capacità di interagire con il consumatore.

AZIONI PROPEDEUTICHE

Per contenuti didattici rivolti ai Venditori saranno prese in considerazione analisi effettuate sul cliente finale.

Per i contenuti didattici rivolti ad Allievi Gerenti e Direttori di Negozio saranno presi in considerazione i bilanci delle competenze da dove già emerge la necessità di sviluppare la capacità di leadership e sviluppo delle risorse.

PIANI FORMATIVI

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO E BACINI TERRITORIALI DI RIFERIMENTO

Gli allievi gerenti parteciperanno a sessioni formative presso la Sede di Gruppo Coin .
I Direttori di Punto Vendita saranno coinvolti nell'attività a gruppi di macro aggregazione in linea di principio presso Sedi territoriali (aziendali o presso strutture esterne che specificheremo successivamente).
I Venditori saranno invece coinvolti all'interno di ciascuna filiale o presso struttura formativa adiacente in modalità di sottogruppo (le aree territoriali coinvolte saranno: (Mestre, Roma, Bologna, Firenze, Milano, Casale M, Torino, Bari).

METODOLOGIE DI INTERVENTO

Le metodologie di intervento variano a seconda dei diversi destinatari in quanto tengono in considerazione i diversi modelli di apprendimento.

Per gli Allievi Gerenti:
Aula tradizionale
Esercitazioni individuali e in sottogruppo
Ricerca formazione (intermoduli)
Empowerment: verifica delll'apprendimento attraverso un colloquio con il Direttore di Filiale per finalizzare meglio l'attività d'aula con la pratica del negozio indagando anche di volta in volta il livello di motivazione verso l'acquisizione completa del ruolo.

Per i Direttori di punto vendita:
Aula tradizionale
Esercitazioni individuali e in sottogruppo
Verifica dell'apprendimento attraverso questionari e tutor remoto

Per i Venditori
Aula tradizionale
Modalità on line di ripresa dei contenuti
Questionario di verifica dell'apprendimento con tutoraggio a distanza

RISULTATI ATTESI

I partecipanti alla fine di ciascun intervento formativo avranno acquisito le competenze di orientamento al cliente, di comunicazione efficace e di integrazione.
Ciò consentirà all'azienda di aumentare la propria competitività sul mercato grazie ad una maggiore consapevolezza della sue persone sui fattori fondamentali per il successo nel settore del Retail.

Allievi Gerenti

ore allievo	Ore docenza	Numero corsi	Numero allievi	Imprese
2.368	208	5	57	1

Direttori di Punto Vendita

ore allievo	Ore docenza	Numero corsi	Numero allievi	Imprese
2.660	182	13	190	1

Venditori

ore allievo	Ore docenza	Numero corsi	Numero allievi	Imprese
20				
8.000	440	110	2000	1