



UMANA e ADICI

Progetto Adici4Fashion

IT Fashion Consultant Academy

22 aprile 2021

ADICI

Associazione Distretto Calza e Intimo
nasce nel 2009 come espressione della nuova
generazione di imprenditori nel settore della
calzetteria che ha voluto mettersi in gioco per
intercettare e condividere con il territorio i
cambiamenti, le evoluzioni e le necessità di un
mercato sempre più globalizzato



ADICI



- Punto di incontro tra gli imprenditori
- Trasferimento di know-how, contatti e competenze
- Rappresentanza istituzionale del territorio

UMANA



140

FILIALI
SUL TERRITORIO
NAZIONALE

+800

PERSONE DEDICATE
AI SERVIZI PER IL LAVORO

25.000

LAVORATORI IMPIEGATI
MEDIAMENTE OGNI GIORNO

725 milioni €

FATTURATO 2019

UMANA nasce nel **1997** e da oltre 22 anni è attiva nel campo dei **SERVIZI PER LA GESTIONE DELLE RISORSE UMANE** prima come società di fornitura di lavoro temporaneo e poi, dopo l'entrata in vigore del D. Lgs. 276/03, come **AGENZIA PER IL LAVORO GENERALISTA** (Aut. Min. Lav. Prot. n. 1181 – SG del 13.12.2004).

UMANA è presente sul territorio nazionale con **140 filiali**, distribuite tra Veneto, Friuli Venezia Giulia, Lombardia, Liguria, Emilia Romagna, Toscana, Lazio, Umbria, Marche, Campania, Piemonte, Abruzzo, Sicilia, Puglia e Trentino Alto Adige.

È la **quinta realtà** del settore in Italia per volume d'affari e una delle poche a capitale interamente detenuto da imprenditori privati italiani.

ADICI: Mercato di Riferimento

Qualche Domanda:

- Cos'è successo rispetto a 5 anni fa?
- Cosa stanno facendo le aziende dell'ecosistema ADICI?
- L'attuale scenario cosa ci sta insegnando?
- Qual è la modalità di reazione più opportuna al fenomeno?
- Come sarà lo scenario futuro per il nostro prodotto?
- Quali saranno le professioni più richieste?

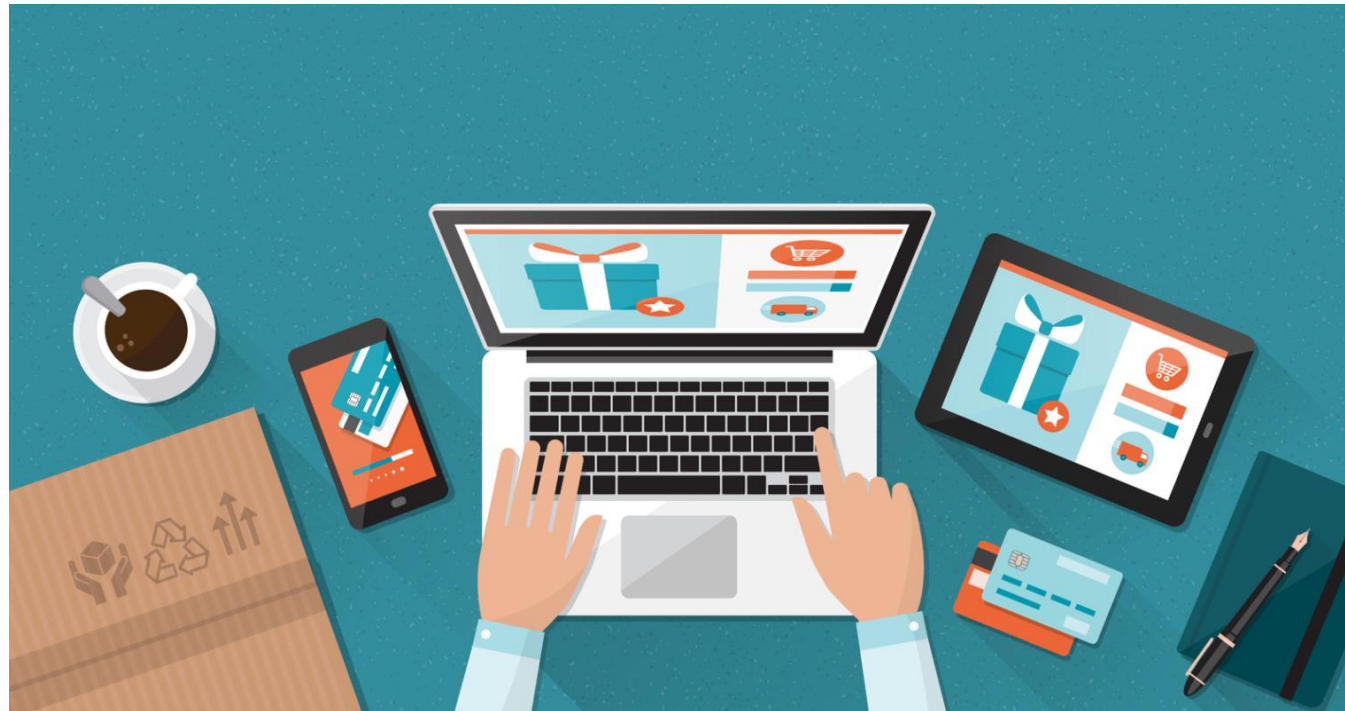
ADICI: Evoluzione del Mercato

L'evoluzione tecnologica, le innovazioni e le piattaforme legate all'ICT stanno attuando una rivoluzione dei comportamenti e delle abitudini/esperienze d'acquisto



ADICI: Evoluzione del Mercato

L'evoluzione tecnologica, le innovazioni e le piattaforme legate all'ICT stanno attuando una rivoluzione dei comportamenti e delle abitudini/esperienze d'acquisto



ADICI: NEWS

09/04/2021

E-commerce, la pandemia “attiva” le Pmi. Ma solo il 9% è già pronto

Fonte: dall'osservatorio Market Watch Pmi, con una survey realizzata dall'Ufficio Studi di Banca Ifis in collaborazione con Format Research su un campione rappresentativo di oltre 600 imprese italiane

Anche se resta esigua la percentuale di imprese che fa ricorso all'online, l'emergenza sanitaria sta imprimendo una forte accelerazione: il **35%** sta valutando l'apertura di una piattaforma digitale. Moda e tecnologia i settori all'avanguardia, nel Nordest le aziende più interessate.

Meno di una Pmi italiana su 10 vende on line i propri prodotti, ma sono molte quelle che si preparano per debuttare nell'e-commerce: il 35% sta valutando l'apertura di una piattaforma digitale entro i prossimi 12 mesi. Tra queste aziende, il 6% ne reputa altamente probabile l'adozione entro il 2022. A queste si aggiunge un 2% di imprese che sta già lavorando allo sviluppo di un canale di vendita digitale.

La fotografia è scattata. Tre i settori all'avanguardia: l'agroalimentare (19%), la moda (16%), la chimica-farmaceutica (16%). Le percentuali, per ora esigue, sono in crescita per effetto della pandemia e delle sue restrizioni: il 26% di chi utilizza sistemi di vendita online, infatti, li ha adottati negli ultimi 12 mesi per continuare la propria attività distributiva mentre le misure di contenimento dei contagi impedivano l'apertura di uno store fisico.

ADICI: NEWS

09/04/2021

L'export digitale spinge e le pmi vanno a scuola di ecommerce

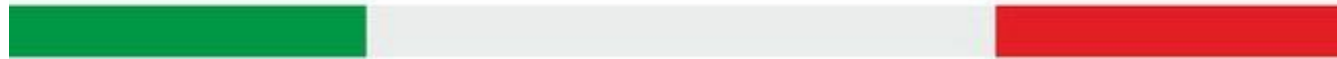
Aziende e big delle vendite online Made in Italy alle prese con il boom degli e-shop

Fonte Huffington Post

Che la pandemia abbia impresso un'accelerazione ai canali online è ormai cosa nota: l'ecommerce in Italia ha chiuso lo scorso anno con un **+29,2%** e le PMI coinvolte in questo processo di transizione sono state più di **70.000**, più o meno un terzo dell'intero comparto delle piccole e medie imprese. Numeri interessanti anche in vista delle previsioni future: secondo l'Istituto per la competitività, le PMI che vendono online mostrano una **probabilità dell'84%** in più di ottenere fatturati maggiori e, stimando che le PMI italiane che fanno ecommerce raggiungano quota 32%, si prevede che il loro fatturato medio potrebbe aumentare di circa **2,5 miliardi** di euro.

Il canale su cui investire per quanto riguarda il commercio online è senza dubbio l'export: numerose indagini sono concordi nel rilevare un aumento delle **esportazioni verso l'estero di quasi il 40%**. E però, un'indagine del Politecnico di Milano evidenzia che il **56% degli imprenditori** afferma che l'export legato ai canali digitali produce una quota ancora marginale del fatturato realizzato all'estero.

ADICI: Made in Italy



M A D E I N I T A L Y

Il Made in Italy è, da sempre, un sinonimo di qualità e in passato equivaleva al detto:

«Si vende da solo»

Nello scenario attuale il Made in Italy non è più sufficiente per garantire la qualità. Esistono risposte innovative che devono essere veicolate verso i consumatori.

È necessario sapere **da dove si parte** per decidere di **arrivare a nuovi traguardi**.

ADICI → Made in Italy e IT



La tecnologia svolge un ruolo chiave. Entrano in gioco alcuni nuovi attori:

- eCommerce
- Supply Chain
- Big Data e Sviluppo della Produzione
- Sentiment Analysis e Analisi predittiva
- Intelligenza Artificiale
- Marketing Digitale, Social, etc.
- CRM
- MES – Manufacturing Execution System
- etc.



MADE IN ITALY

E-COMMERCE



Gli acquisti eCommerce B2c di prodotto

Osservatorio eCommerce B2c
07/07/20 #DEC20



Gli acquisti eCommerce B2c da smartphone

Osservatorio eCommerce B2c
07/07/20 #DEC20



Fonte: Repubblica 07/11/2020 https://www.repubblica.it/economia/2020/07/11/news/ecommerce_crescita_nel_2020_prevista_al_26_per_cento-261225752/ da report Osservatorio B2c del Politecnico di Milano <https://www.osservatori.net/it/ricerche/osservatori-attivi/ecommerce-b2c>

Intelligenza Artificiale e Big Data

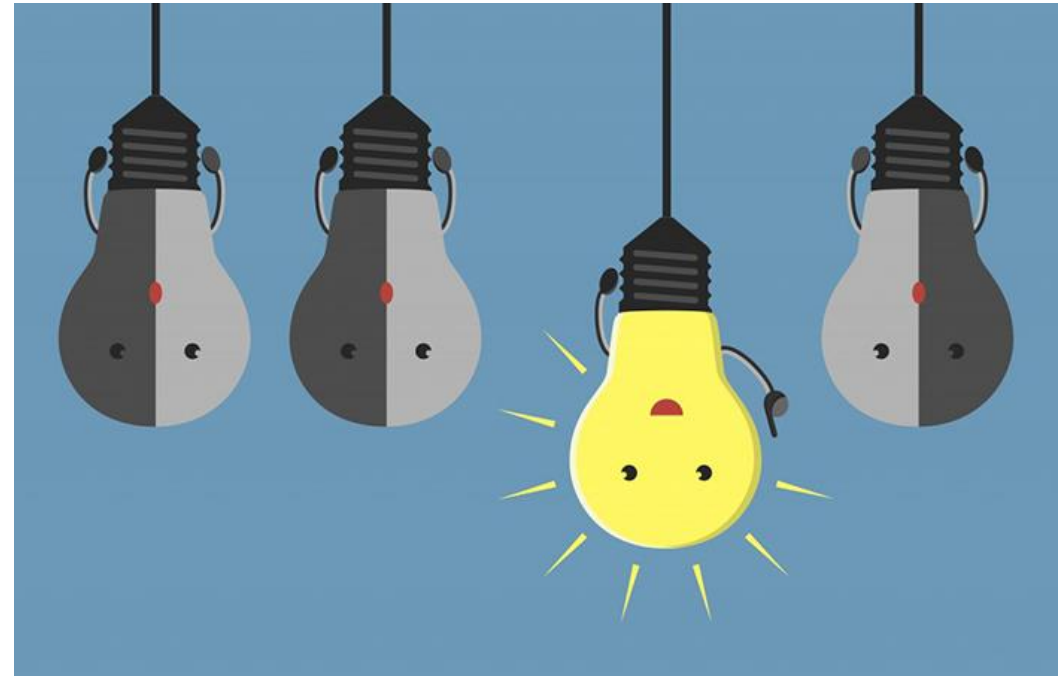


SOCIAL



ADICI: Gestire il Cambiamento

Servono **nuove figure professionali** che conoscano il **settore di riferimento** ma che al contempo abbiano le **competenze tecnologiche** che permettano loro di sfruttare le opportunità offerte da nuovi canali e modalità di produzione.



ADICI → Nuovi Profili?



Sono necessarie nuove figure che conoscano il settore di riferimento ma che al contempo abbiamo le competenze tecnologiche che permettano loro di sfruttare le nuove possibilità offerte da nuovi canali e nuove logiche di produzione.



eCommerce
Manager



Data
Analyst



Social media
Manager



Consulente
MES



?

Nuovi Profili? Dove trovarli?



Si tratta di figure difficilmente reperibili sul mercato a causa dell'elevata richiesta e della carenza di percorsi formativi che includano quanto è realmente necessario in azienda. Figure di cui potrebbe non esserci un fabbisogno consapevole in azienda.



eCommerce
Manager



Data
Analyst



Social media
Manager



Consulente
MES



?

IT FASHION CONSULTANT



IT Fashion Consultant

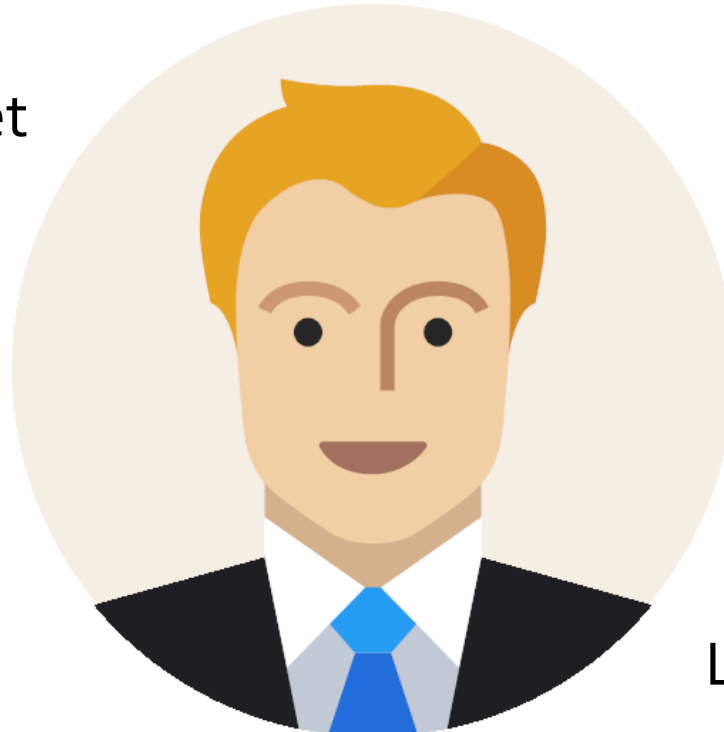
Fashion and Luxury market

E-Commerce

Social Media

MES

ERP



Data analysis

CRM

Reputation

Logistica

ACADEMY UMANA



Cos'è una Academy?

Partendo dall'**Analisi di Fattibilità**, Umana è in grado di progettare Academy con percorsi formativi appositamente ideati sulle necessità rilevate dall'ascolto dei mercati. Le **Academy Umana** si rivolgono alle aziende che non riescono a reperire sul mercato le professionalità di cui hanno bisogno.

Le Academy pre-assuntive sono spese completamente da UMANA grazie a un fondo dedicato denominato Forma.Temp.

IT FASHION CONSULTANT



Umana e ADICI hanno progettato l'innovativo percorso di alta formazione:

«Adici4Fashion»

per formare i giovani talenti, da mettere a disposizione delle aziende del distretto,
nei processi che richiedano competenze di un mercato specifico e tecnologie
abilitanti



IT FASHION CONSULTANT



IT FASHION CONSULTANT ACADEMY

L'iniziativa **Adici4Fashion** permetterà di formare nuovi professionisti che abbiano una visione olistica tra le competenze digitali e l'intero ciclo di vita del nostro prodotto al fine di favorire uno scambio inclusivo tra le informazioni aziendali e l'ecosistema produttivo del distretto.



Progetto Adici4Fashion



IT FASHION CONSULTANT ACADEMY

ADICI e Umana, nel disegnare il percorso didattico, si sono concentrate su tre diversi assets:

1. La **capacità di selezionare e formare risorse** che possano rispondere alle esigenze delle aziende.
2. L'**esperienza nel matching** tra le risorse dotate delle competenze necessarie al settore e le **aziende del distretto** sulla base delle caratteristiche principali dei loro sistemi e processi.
3. L'**opportunità di creare nuovi posti di lavoro** ed occupazione come nuova linfa vitale per le aziende coinvolte dalla trasformazione digitale.

IT FASHION CONSULTANT



Outline Piano Formativo

MODULI FORMATIVI PROCESSI

PRESENTAZIONE PROGETTO Adici4Fashion
ANALISI DEL PROCESSO DI OFFERING ONLINE

SCENARIO FASHION E LUXURY
ADICI: IL MONDO DELLA CALZETTERIA E INTIMO

FLUSSI E PROCESSI AZIENDALI DEL MONDO ADICI – FASHION

FASHION E SOSTENIBILITÀ
CENNI ALLA SUSTAINABLE APPAREL COALITION e INDICE DI HIGG

MODELLI ORGANIZZATIVI IN AMBITO ECOMMERCE

ERP FASHION – LOGISTICS

ERP FASHION – FINANCE

MODULI FORMATIVI TECNICI

LOGICHE COMMERCIALI E CRM – LA SOLUZIONE SALESFORCE

SQL SERVER E PIATTAFORMA TECNOLOGICA

PRESTASHOP ECOMMERCE – FUNZIONALITÀ E CASE STUDY

PRESENTAZIONE EFFICACE E STRUMENTI OFFICE (POWER POINT)

SHOPIFY ECOMMERCE – FUNZIONALITÀ E CASE STUDY

SQL, ESERCITAZIONI E INTEGRAZIONE CON EXCEL, PIVOT, FORMULE COMPLESSE

MODULI FORMATIVI SOFT SKILL

SOFT SKILL: REPUTATION E LISTENING IN AZIENDE CORPORATE

CASO DI STUDIO E PRESENTAZIONE PROGETTI A GRUPPI DI LAVORO

Progetto Adici4Fashion



IT FASHION CONSULTANT

Questo specialista, possiede le competenze funzionali del settore di riferimento e le caratteristiche principali dei sistemi gestionali specializzati sul mondo della moda e specificatamente sui processi tipici delle aziende del distretto.



IT FASHION CONSULTANT



In che ambito possono essere inseriti in azienda?

Sono figure ideali per fare da interfaccia tra le attività dei fornitori (ERP, eCommerce, CRM) e le specifiche esigenze aziendali.



Possono essere impiegati negli specifici eventi stagionali delle campagne vendite ma anche nei processi di realizzazione di reportistica, e-commerce, analisi del dato, data mining potendo sfruttare le competenze tecniche assieme alla conoscenza degli specifici processi.



I Vantaggi per le AZIENDE di affidarsi ad Umana ICT

- **Punto di vista privilegiato** sul settore IT in simbiosi alle aziende che reagiscono ai cambiamenti imposti dalla quarta rivoluzione industriale
- **Accesso ai migliori talenti rispetto a ogni specifico contesto aziendale**
- **Formazione concreta**, ad hoc, innovativa, orientata al risultato
- **Progettazione Academy** circostanziata in funzione del cliente
- **Risposte** efficaci, rapide, flessibili, legali e su misura
- **Consulenza specifica** in base alle esigenze aziendali sui temi del personale

I Vantaggi per le PERSONE di affidarsi ad Umana ICT

- **Personale dedicato** con adeguate competenze tecniche e funzionali con cui progettare i prossimi passi e/o di reskilling in funzione del proprio talento
- Utilizzo di un **linguaggio comune e specialistico dedicato all'ICT**
- **Accesso alle informazioni di mercato** per un confronto con le persone per ipotesi sul proprio percorso di carriera
- **Formazione gratuita** e orientata all'inserimento guidato nel mondo del lavoro
- **Risposte utili** e su misura in funzione degli scenari di appartenenza e in evoluzione continua

Progetto Adici4Fashion



Le fasi del progetto sono:

1. Manifestazione di interesse da parte dell'azienda
2. Appuntamento e presentazione del preventivo di somministrazione
3. Eventuale adesione all'iniziativa
4. Creazione del Comunicato Stampa in base al piano di comunicazione
5. Selezione dei candidati in funzione dei sistemi valoriali di ogni azienda (es.: Laureati in materie economiche, ing. Gestionale, statistica etc.)
6. Presentazione di candidati selezionati da Umana presso ogni Azienda
7. Scelta dell'Azienda sul candidato preselezionato
8. Svolgimento dell'Academy
9. Condivisione del percorso di crescita con le singole Aziende
10. Assunzione lavoratori e inserimento in somministrazione





Associazione Distretto Calza e Intimo



Grazie per l'attenzione
adici4fashion@umana.it

