

# Programma quadro di insegnamento economia agraria

# SSS

Agro-commerciante diplomato  
Agro-commerciante diplomata

## **Gestione**

AgriAli**Form**, 5200 Brugg

fenaco, 3012 Berna

10. aprile 2008



### *Istoriato redazionale*

Versione 01 / dicembre 06

29 dicembre 06 dall'UFFT ai redattori per l'elaborazione

Versione 02 / aprile 07

Autori H. Steiger, Hansjürg Hiltbrand, Walter Zürcher, fenaco / Lukas Kmoch, feusi / Alexander Horner IAG

Versione 03 / Luglio 07

Gli adattamenti secondo l'esame di qualità UFFT nell'argomento campo d'attività e Stage pratico sono stati nuovamente formulati.

Versione 04 / Sett. 07

La 4a versione si basa sugli adattamenti richiesti dall'esame di qualità e dall'UFFT per quanto riguarda lo stage pratico (versione 3), in particolare la sua durata.

### *Referenze*

Ordinanza del DFE dell'11 marzo 2005 riguardante le esigenze minime per il riconoscimento dei cicli di formazione e degli studi postdiploma delle scuole specializzate superiori (stato 22 marzo 2005)

Guida UFFT e griglia di criteri per i programmi quadro delle scuole specializzate superiori (PQ SSS) di marzo rispettivamente settembre 06

### *Maniera di scrivere e leggibilità del PQ*

La volontà di rendere il documento comprensibile e di agevolarne la lettura hanno motivato la scelta dell'uso neutro dei generi nella definizione di

Agro-Commerciante.

Con questa terminologia s'intendano le persone diplomate di entrambi i sessi che hanno seguito il piano di studi per ottenere il titolo di Agro-Commerciante diplomato SSS o di Agro-Commerciante diplomata SSS.

A scopo di semplificare il linguaggio e in base all'uso linguistico odierno, nel testo del corso di studio di economia agraria sarà usata la definizione Agro-Commerciante.



## Sommario

|       |   |           |
|-------|---|-----------|
| 1.    | L'agricoltura in rapida mutazione – Introduzione .....  | 5         |
| 1.1.  | <b>La mutazione dell'agricoltura</b> .....  | <b>5</b>  |
| 1.2.  | <b>La formazione agricola nel cambiamento e in sintesi</b> .....  | <b>6</b>  |
| 1.3.  | <b>L'economia agraria del futuro e i suoi mestieri</b> .....  | <b>7</b>  |
| 1.4.  | <b>Il ruolo di agro-commerciante nei campi d'attività del futuro</b> .....  | <b>8</b>  |
| 2.    | Gli organi responsabili .....   | 9         |
| 3.    | Gli aspetti formali .....   | 10        |
| 4.    | I documenti di base .....   | 10        |
| 5.    | Il profilo professionale, i principali campi d'attività e le competenze .....   | 11        |
| 5.1.  | <b>L'ambito professionale generale nell'economia agraria</b> .....  | <b>12</b> |
| 5.2.  | <b>I campi d'attività come agro-commerciante</b> .....  | <b>12</b> |
| 5.3.  | <b>Il profilo di base richiesto agli agro-commercianti</b> .....  | <b>12</b> |
| 5.4.  | <b>Campi tematici generali, relativi al contenuto</b> .....   | <b>15</b> |
| 6.    | Il titolo .....   | 27        |
| 7.    | Il profilo richiesto agli studenti .....  | 27        |
| 7.1.  | <b>Conteggio delle competenze già acquisite</b> .....   | <b>27</b> |
| 7.2.  | <b>La situazione nel sistema di formazione</b> .....  | <b>28</b> |
| 7.3.  | <b>Ammissione ai piani di studio delle Scuole universitarie professionali e agli studi postdiploma delle Scuole superiori</b> ..... | <b>28</b> |
| 8.    | Le relazioni con la pratica .....   | 28        |
| 9.    | Gli standard internazionali .....   | 29        |
| 10.   | Le competenze al termine della formazione .....   | 29        |
| 11.   | I campi di formazione e la loro organizzazione temporale .....  | 29        |
| 11.1. | <b>Ore di studio secondo i campi di studio</b> .....  | <b>30</b> |
| 11.2. | <b>Ore di studio secondo le forme di studio</b> .....   | <b>30</b> |
| 12.   | Gli ambiti di insegnamento .....  | 31        |
| 12.1. | <b>Ambito di insegnamento scuola: dalla pratica, per la pratica</b> .....   | <b>31</b> |
| 12.2. | <b>Ambito di studio Transfer: esercizi di progettazione, lavori di semestre e di diploma</b> .....                                  | <b>31</b> |
| 12.3. | <b>Ambito di studio stage pratico</b> .....   | <b>31</b> |
| 13.   | La procedura conclusiva di qualifica .....  | 33        |
| 13.1. | <b>Esami di diploma</b> .....   | <b>33</b> |
| 13.2. | <b>Lavoro di semestre e di diploma</b> .....  | <b>33</b> |
| 13.3. | <b>Stage pratico</b> .....  | <b>33</b> |
| 13.4. | <b>Il diploma</b> .....   | <b>34</b> |



|   |           |
|---|-----------|
| <b>13.5. Gli strumenti per la valutazione .....</b> | <b>34</b> |
| 14. Valutazione periodica .....                     | 34        |
| 15. Mandato d'approvazione .....                    | 35        |
| 16. Glossario .....                                 | 36        |



## **1. L'agricoltura in rapida mutazione – Introduzione**

### **1.1. La mutazione dell'agricoltura**

Nel corso degli ultimi 50 anni, l'agricoltura è stata sottoposta a un processo di ristrutturazione poco usuale. Nel 1950 vi erano ancora circa 170'000 aziende agricole in Svizzera, mentre nel 2000 se ne contavano appena ancora 60'000, tra i quali 40'000 “agricoltori a tempo pieno”. Questo sviluppo proseguirà anche nei prossimi anni.

Questi cambiamenti portano a marcate conseguenze anche sulla “scena della formazione agricola”. Nel 1950 si contavano ancora circa 30 scuole agricole con più di 2'000 persone diplomate ogni anno (Attestato federale di capacità, AFC), mentre nel 2005 rimangono 15 scuole che rilasciano circa 800 AFC l'anno.

Tale sviluppo conduce ad una situazione in cui sempre meno studenti del Politecnico, delle scuole specializzate superiori e nella formazione di agro-commerciante possiedono “radici agricole” e devono imparare a parlare e capire la lingua degli agricoltori.

Per le imprese dell'economia agraria, le diverse associazioni agricole e i servizi ufficiali, questo sviluppo è carico di conseguenze negative. Se gli attori del settore non riescono a motivare e ad entusiasmare la gioventù delle famiglie contadine a seguire una carriera professionale nell'economia agraria (nell'ampio senso del termine), in futuro mancheranno professionisti e quadri gerarchici che capiscano e parlino la lingua degli agricoltori, in tutti i settori. Qualora mancasse l'offerta di formazione, questa carenza si farebbe sentire a tutti i livelli, con le relative conseguenze per le imprese.

D'altro canto di fronte all'agricoltura produttiva, ci sono più di 7 Mio. di consumatori che desiderano essere nutriti con prodotti freschi e di elevata qualità, garantita dall'etichettatura delle derrate alimentari.

Nonostante tutti i cambiamenti, l'economia agraria e alimentare mantiene la sua importanza. Può contare su nuove leve ben formate e sa di potere offrire interessanti possibilità professionali e di carriera.

## 1.2. La formazione agricola nel cambiamento e in sintesi

In passato, la formazione agricola era un “caso eccezionale”, poiché non faceva parte della rete di formazione professionale. Ciò è cambiato con la nuova legge del 2004 e porta alcune conseguenze soprattutto sulla formazione di base. Il principio della partecipazione tra le organizzazioni del mondo del lavoro (OML) e gli enti di formazione statali garantiscono l’orientamento rivolto verso la pratica e i doveri delle imprese. In futuro, le persone diplomate nella formazione agricola di base avranno le stesse opportunità e possibilità di formazione e perfezionamento di quelli di tutti gli altri campi professionali.

Affinché anche i piani di studio nel settore agricolo siano compatibili con quelle del resto dell’economia, la formazione come agro-commerciante deve essere posta come piano d’insegnamento in una scuola specializzata superiore ed essere definita dalle organizzazioni del mondo del lavoro nel programma quadro d’insegnamento.

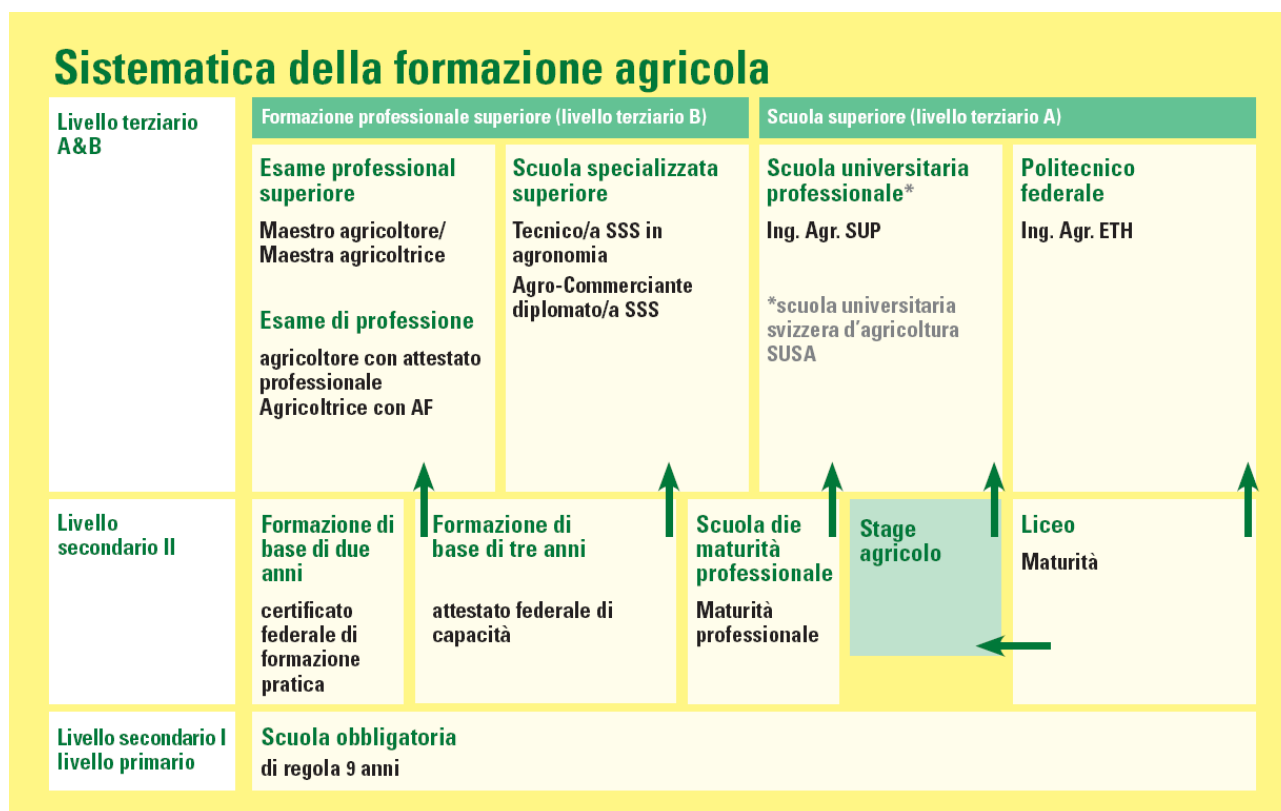


Figura 1: Sistematica della formazione agricola

## 1.3. L'economia agraria del futuro e i suoi mestieri

| Settori                                    | 1   | 2  | 3   | 4   | 5  |
|--|---|--|---|---|--|
|  | Livello anti-stante                             | Agricoltura                                  | Livello d'elaborazione 1  | Livello d'elaborazione 2  | Commercio<br>Commercio al dettaglio<br>Gastronomia |
| Gruppi di prodotti, di imprese, di settori | Mulini per foraggi                              | Cereali: frumento, orzo, mais, avena, ecc.   | Centri di raccolta cereali, mulini commerciali per cereali panificabili | Panetterie pane, paste e pasticcini                                     | Prodotti freschi                                   |
|  | Sementi / piante                                | Sementi di oleaginose: colza, soia, girasole | Centri di raccolta cereali, mulini per grano duro per pasta             | Produttori di pasta, di dolci, di biscotti                              | Derrate alimentari raffinate                       |
|  | Fertilizzanti per piante, prodotti per il suolo | Ortaggi, patate, frutta, bacche              | Trasformazione di patate, di ortaggi, di frutta                         | Produttori di prodotti raffinati provenienti da frutta, ortaggi, patate | Gastronomia, pasti per ospedali e a domicilio      |
|  | Prodotti fitosanitari                           | Barbabietole da zucchero                     | Fabbriche di zucchero   |   |  |
|  | Edifici agricoli                                | Latte*                                       | Centri di raccolta latte, caseifici*                                    | Derivati del latte*   |  |
|  | Macchine e apparecchi agricoli                  | Bestiame da reddito, carne, uova             | Macelli, macellerie   | Derivati della carne e delle uova                                       |  |
|  | Beni e servizi agricoli                         |  |   | Prodotti di base per la gastronomia                                     |  |
|  | Energia, acqua                                  |  |   |   |  |

\* il prodotto settoriale latte è elaborato e commercializzato da imprese e organizzazioni specializzate (unico prodotto agricolo che non sia elaborato nel gruppo fenaco-LANDI)

Figura 2: L'economia agraria presentata in modo schematico

Le imprese dell'economia agraria possono essere attive in un solo settore o in diversi settori. Il gruppo fenaco-LANDI, con il grado d'organizzazione del mondo del lavoro nell'agro-



commercio è attivo in tutti i settori, nonostante le sue competenze nel settore 2 si limitino alla consulenza e alla vendita.

La vera agricoltura (settore 2), chiamata anche produzione agricola, è preceduta dal settore 1, mezzi di produzione per gli agricoltori. I settori seguenti 3 e 4 corrispondono a livelli d'elaborazione e di commercio dei prodotti agricoli. Il quinto settore, grandi distributori, commercio al dettaglio e gastronomia, costituisce il vero e proprio ponte verso i consumatori. Le imprese dell'economia agraria possono essere attive in un settore o in più settori. Il gruppo fenaco-LANDI, con il grado di OML nell'agro-commercio, è presente in tutti i settori, anche nel settore 2, per la sua competenza in materia di consulenza agricola e di accordi in materia di produzione con gli agricoltori del settore 2.

Questa versatilità richiede ai quadri gerarchici attivi in questo campo dell'economia ampie conoscenze di base. La capacità di adattarsi continuamente, secondo il campo d'attività e la funzione, alle esigenze del mercato e ai ruoli da rivestire è una premessa per riuscire nell'economia agraria.

Questi mestieri variati e ambiziosi si trovano in molte imprese commerciali e di produzione, nonché sul fronte del commercio agricolo e al dettaglio. Dall'introduzione della formazione come agro-commerciante nel 1986, circa 500 donne e uomini hanno terminato l'istruzione (80 % in tedesco / 20 % in francese). Circa 40% degli studenti che hanno terminato la formazione come agro-commerciante sono impegnati nel gruppo fenaco-LANDI. La domanda di nuove leve si manterrà anche in futuro.

Le restanti imprese, associazioni e i restanti servizi in ambito agricolo o in campi annessi, antistanti e a valle, richiedono professionisti e quadri gerarchici che dispongano di un titolo SSS.

#### **1.4. Il ruolo di agro-commerciante nei campi d'attività del futuro**

Nei prossimi anni si preparano nuovi cambiamenti nella politica agricola e, di conseguenza, in tutta l'economia agraria. Il processo di ristrutturazione continua e si farà sentire in tutti i campi d'attività degli agro-commercianti. Sono implicati:

- Il lavoro e i compiti degli agricoltori, i prezzi e i margini in discesa e la conseguente specializzazione delle aziende. Conseguenze: consulenza più ambiziosa, aziende più grandi e, dunque, potere d'acquisto e di vendita superiori, apertura delle frontiere con conseguenti importazioni dirette e pressione sui prezzi.
- In futuro, la coscienza e l'azione ecologica nell'agricoltura saranno ulteriormente rinforzate dagli sviluppi (clima, CO<sub>2</sub>, riscaldamento, acqua, rapporto al consumo, ecc.) e porranno tutte le persone attive nei diversi settori di fronte a nuove sfide e esigenze per la produzione e il commercio.
- Le strutture di tutte le imprese attive nell'economia agraria dovranno adattarsi. L'industria alimentare e il commercio al dettaglio sapranno approfittare delle nuove basi a loro favore ( p.es. principio del Cassis-de-Dijon, importazioni parallele, ecc.).
- Le esigenze verso i collaboratori, a tutti i livelli, ma particolarmente sul piano delle competenze dei quadri gerarchici responsabili, dovranno costantemente adattarsi alla situazione. Ciò soprattutto in materia di marketing, conoscenze del mercato, influenze





sull'ambiente, gestione d'impresa e del personale, nonché competenze personali, intese come flessibilità e attitudine ad assumere un gran carico lavorativo. Le organizzazioni del mondo del lavoro hanno il dovere di aggiornare periodicamente i profili professionali.

- L'apertura dei mercati, il commercio globale e il traffico delle merci senza restrizioni doganali porranno le imprese e i loro collaboratori di fronte a nuove, più elevate esigenze. L'economia agraria dell'UE e del mondo si avvicineranno e richiederanno nuove conoscenze e capacità.

## 2. *Gli organi responsabili*

Il presente programma quadro per la formazione di agro-commerciante diplomato SSS è stabilito sulla base dell'Ordinanza del DFE riguardante le esigenze minime per il riconoscimento dei cicli di formazione e degli studi postdiploma delle scuole specializzate superiori.

Le seguenti organizzazioni del mondo del lavoro sono responsabili del contenuto e della formulazione dei profili professionali, nonché dell'esame e dello sviluppo permanente di questo programma quadro di formazione:

AgriAli**Form**, organizzazione del mondo del lavoro (OML) nell'agricoltura e nelle professioni speciali nell'agricoltura, c/o GB Bildung SBV, Laurstrasse 10, 5200 Brugg.

e

**fenaco**, gruppo di imprese del settore agricolo Svizzero, Erlachstrasse 5, 3012 Berna

La collaborazione e i compiti, i diritti e i doveri di entrambe queste OML sono regolamentati da un accordo comune del dicembre 2006 sulla formazione nelle SSS.

I centri di formazione che attualmente propongono l'insegnamento per agro-commercianti, Feusi Berna e l'Istituto agricolo di Grangeneuve, hanno collaborato allo sviluppo del PQ.

Per ulteriori informazioni riguardo ad OML e centri di formazione:

[www.fenaco.com](http://www.fenaco.com)

[www.landi.ch](http://www.landi.ch)

[www.sbv-usp.ch](http://www.sbv-usp.ch)

[www.sbv-bildung.ch](http://www.sbv-bildung.ch) (AgriAliForm)

[www.feusi.ch](http://www.feusi.ch)

[www.grangeneuve.ch](http://www.grangeneuve.ch)

[www.inforama.ch](http://www.inforama.ch)

[www.strickhof.ch](http://www.strickhof.ch)



### **3. *Gli aspetti formali***

#### ***Agro-Commerciante***

La volontà di rendere il documento comprensibile e di agevolarne la lettura hanno motivato la scelta dell'uso neutro dei generi nella definizione di Agro-Commerciante.

Con questa terminologia s'intendano le persone diplomate di entrambi i sessi che hanno seguito il piano di studi per ottenere il titolo di Agro-Commerciante diplomato SSS o di Agro-Commerciante diplomata SSS.

### **4. *I documenti di base***

I contenuti e la presentazione del programma quadro si basano sui documenti del DFE (Ordinanza del DFE riguardante le esigenze minime per il riconoscimento dei cicli di formazione e degli studi postdiploma delle scuole specializzate superiori 2005) e dell'UFFT (Guida programmi quadro e griglia di criteri 2006).

## 5. Il profilo professionale, i principali campi d'attività e le competenze

Sulla base dei compiti chiave (secondo analisi IST)<sup>1)</sup>, degli sviluppi attuali nell'economia agraria in generale e presso le OML responsabili, in particolare, si ottiene il profilo professionale seguente per il piano di studio per Agro-Commerciante diplomati SSS.

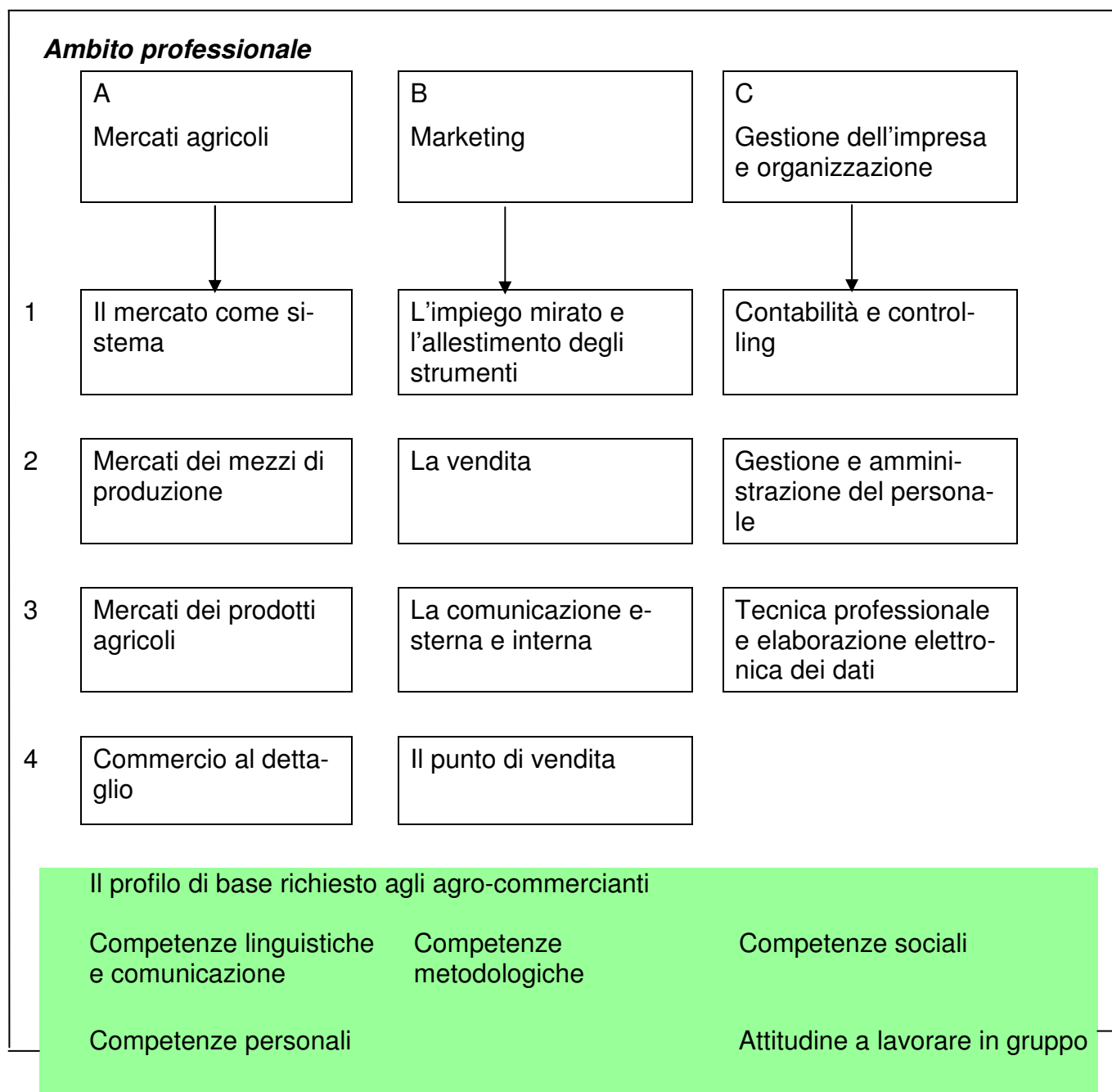


Figura 3: Il profilo professionale di agro-commerciante

<sup>1)</sup> Risultati di inchieste qualitative e quantitative presso datori di lavoro e persone diplomate, rapporto intermedio di progetto, agosto 2006, Private Hochschule Wirtschaft, Berna



### **5.1. L'ambito professionale generale nell'economia agraria**

Fino a pochi anni fa, l'economia agraria era molto protetta a livello statale (dogane e limiti all'importazione, ecc.) e sostenuta finanziariamente dallo stato (sussidi). Il continuo smantellamento dei sussidi di ogni tipo e l'introduzione dei pagamenti diretti agli agricoltori ha fortemente modificato la situazione di partenza di molte imprese e organizzazioni e avrà molte conseguenze anche in futuro.

Come presentato nell'introduzione (pagina 4 e seguenti), l'economia agraria si trova attualmente in una fase importante di cambiamento, di capovolgimento e di nuova partenza. Nei prossimi anni, questa situazione richiederà alle imprese di essere flessibili, creative e attive per riuscire sul mercato. Ciò esige professionisti, particolarmente quadri gerarchici, che percepiscano i continui cambiamenti come un'opportunità e che li sappiano applicare al mercato.

### **5.2. I campi d'attività come agro-commerciante**

Il profilo professionale di agro-commerciante (vedi figura 3, a pagina 10) si scompone in diversi campi d'attività. Ogni campo d'attività si compone di diversi processi di lavoro che, tuttavia, nella pratica si svolgono o sono da trattare l'uno dopo l'altro o in parallelo. Queste attività domandano ad un agro-commerciante molte competenze trasversali, nonché pianificazione e azione rivolte verso il processo, le conoscenze degli influssi reciproci e la capacità di integrare regolarmente tutte le dimensioni e gli sviluppi nelle decisioni o nei processi.

In seguito, vengono definiti i singoli campi d'attività e il loro ambito professionale. I processi lavorativi sono descritti e sono formulate le conoscenze e capacità necessarie (come premessa alle rispettive competenze) a un'attività che abbia successo. L'aggiornamento continuo causa le condizioni quadro mutevoli, le nuove situazioni di mercato e lo sviluppo delle imprese, sono compito permanente delle OML (vedi Organi responsabili, a pagina 35;14. Valutazione periodica).

### **5.3. Il profilo di base richiesto agli agro-commercianti**

Il profilo di base richiesto riassume tutte le competenze di base, le quali distinguono gli agro-commercianti che riescono e che agiscono in funzione del mercato.

Ne fanno parte

- le competenze linguistiche e nella comunicazione, nell'ampio senso del termine
- la capacità permanente di apprendere e i relativi metodi didattici
- i metodi di analisi e di interconnessione dell'informazione
- le competenze metodologiche, sociali e personali

#### *I lunghi sviluppi delle competenze di base*

"I limiti della mia lingua sono quelli del mio mondo". Per gli agro-commercianti, in futuro, quest'asserzione avrà una grande importanza, visti i repentini cambiamenti nel mondo del lavoro. Perciò, le lingue e le competenze nella comunicazione sono fortemente prioritarie.



Attraverso i nuovi, e sempre più efficienti, mezzi di comunicazione, aumentano anche le esigenze riguardo alla loro efficiente “elaborazione” e “conservazione”. Solo chi mantiene aggiornate le proprie conoscenze e capacità sa comunicare in modo competente. Le competenze personali, dette anche “il proprio software personale” devono essere regolarmente sviluppate, con le conoscenze e l’esercizio, e adattate alle elevate, e costantemente mutevoli, esigenze professionali.

### *Il collegamento con i campi di attività*

Gli agro-commercianti dispongono di un’ampia miscela di competenze di base che consentono loro, da un lato, di assumere responsabilità direttive. Dall’altro, possono aggiornare, interconnettere e combinare regolarmente le loro conoscenze in modo responsabile e indipendente. In qualità di specialisti nel loro campo di attività, sviluppano competenze e affrontano situazioni professionali complesse, grazie alle conoscenze acquisite durante la vita professionale. Gli agro-commercianti sanno analizzare complesse situazioni di mercato o di vendita e sviluppare soluzioni pragmatiche. Sanno interconnettere conoscenze e esperienze provenienti da diversi campi e processi di lavoro. Sanno accettare i cambiamenti come opportunità e integrare con successo nuove soluzioni creative nel processo di lavoro. Hanno lo spirito aperto a nuovi sviluppi, la volontà di assumere responsabilità anche in situazioni critiche, di prendere decisioni e di cercare soluzioni in modo indipendente, nell’ambito delle loro responsabilità e competenze. Gli agro-commercianti che rivestono funzioni di quadri gerarchici dirigono squadre e imprese in modo rivolto verso la clientela, i collaboratori e l’economia.

### **Competenze di base 1: competenze linguistiche e comunicazione**

Gli agro-commercianti attivi nell’economia agraria nazionale si esprimono, oralmente e per iscritto, in tedesco e in francese. Chi opera sul piano internazionale padroneggia o impara altre lingue, secondo le necessità del lavoro. Gli agro-commercianti curano attivamente le loro competenze linguistiche e s’impegnano a mantenere a un buon livello lo standard linguistico nell’impresa. Comunicano attivamente con tutti i gruppi interessati nell’ambito dell’impresa e delle relative attività di marketing.

Gli agro-commercianti implementano le tecnologie dell’informazione e i relativi mezzi ausiliari in modo mirato. Mantengono regolarmente aggiornate le loro conoscenze e trattano l’informazione in modo responsabile.

### **Competenze di base 2: competenze metodologiche**

Gli agro-commercianti pianificano, organizzano e sbrigano il loro lavoro in modo efficiente e con mezzi ausiliari semplici e adeguati. Istruiscono i collaboratori alle tecniche professionali e funzionano in modo esemplare. Dispongono di mezzi ausiliari e di metodi per pianificare i progetti in modo completo, e riescono a attuarli con successo nelle condizioni quadro presenti. Gli agro-commercianti agiscono conformemente agli obiettivi e in modo flessibile. Affrontano i cambiamenti, soprattutto quelli sul fronte del mercato, con creatività, mediante un’analisi sistematica e una visione atta a risolvere i problemi. Padroneggiano le tecniche della presentazione efficace e attraente, affinché possano difendere idee e concetti in modo convincente, nonché metterli in opera.



### ***Competenze di base 3: competenze sociali***

Gli agro-commercianti devono disporre di competenze sociali molto sviluppate, viste le funzioni che esercitano e i campi d'attività nei quali sono competenti, nonché le tendenze del mercato e della clientela.

Dirigono collaboratori e squadre, trattano con fornitori e clientela, comunicano con interlocutori molto diversificati, come le autorità, le banche, le assicurazioni, la direzione dell'impresa e il consiglio d'amministrazione, il pubblico e i media. Gli agro-commercianti sanno lavorare in gruppo e sviluppano squadre che riescono. Superano conflitti e tensioni con empatia, tolleranza alle frustrazioni, facoltà di ascolto, comunicazione attiva e attitudine rivolta alla ricerca di soluzioni. Gli agro-commercianti sono comunicativi e s'impegnano ad esserlo utilizzando tutti i mezzi idonei all'impresa.

### ***Competenze di base 4: competenze personali***

Gli agro-commercianti conoscono l'importanza della loro attività nell'economia agraria e del loro campo di attività nei confronti dell'ecologia, dell'economia e della sicurezza. Conoscono le tensioni e le differenze interculturali e contribuiscono alla comprensione e all'integrazione all'interno dell'impresa. Trattano in modo efficiente le proprie risorse e le curano attivamente. Gli agro-commercianti conoscono i propri limiti, sono flessibili, creativi, indipendenti e sanno delegare, ossia sanno prendere le proprie decisioni. Si adattano ai cambiamenti e n'approfittano come opportunità. L'improvvisazione e l'analisi delle proprie prestazioni s'intendono da sé.

### ***Competenze di base 5: attitudine a lavorare in gruppo***

Nel mondo del lavoro, la maggior parte degli agro-commercianti dirige una squadra di piccole o grandi dimensioni. Essi hanno la facoltà di sviluppare di continuo il processo di formazione della squadra e di metterlo in opera. Gli agro-commercianti, in qualità di capi, promuovono responsabili nelle diverse squadre, incoraggiano e sviluppano le competenze dei singoli collaboratori e, pertanto, i loro ruoli, motivano la squadra e comunicano attivamente. Esercitano un ruolo esemplare e attuano in modo integrativo, incoraggiano e nel contempo esigono. L'attuare in modo rivolto verso gli obiettivi e una cultura volta alla ricerca comune delle soluzioni fa parte delle competenze dirigenti degli agro-commercianti.



#### **5.4. Campi tematici generali, relativi al contenuto**

##### *Utilizzo sostenibile delle riserve*

La riuscita, in tutti i settori dell'economia agraria, dipende sempre direttamente dalla natura. Ciò concerne tutte le forme e i mezzi di produzione, nonché i prodotti per l'elaborazione e il consumo nella produzione vegetale e animale. Un'elevata sensibilità di tutti gli attori implicati, nei confronti dell'utilizzo sostenibile delle risorse naturali, è prioritaria per gli agricoltori e per le persone responsabili, nei settori antistanti e susseguenti dell'economia agraria. L'incoraggiamento della consapevolezza dell'importanza della "natura" (aria, acque, suolo, animali, piante) e delle esigenze dei consumatori (quadro paesaggistico, derrate alimentari sane, protezione degli animali e della natura, ecc.) riveste un significato importante a tutti i livelli della formazione. Gli agro-commercianti conoscono tali interdipendenze, ne seguono gli sviluppi e ne integrano le conseguenze nei processi lavorativi.

##### *Competenze interculturali*

L'economia agraria è sempre più internazionalizzata, la produzione è trasferita all'estero e i beni e prodotti agricoli sono ormai importati dal mondo intero. Ciò implica che gli agro-commercianti siano attivi sul piano internazionale e possiedano competenze interculturali (lingue, culture ecc.)

##### *Sicurezza sul lavoro e protezione sanitaria*

In qualità di collaboratori con competenze di quadri gerarchici, gli agro-commercianti hanno una gran responsabilità riguardo alla sicurezza nell'organizzazione del lavoro, alla funzionalità degli impianti di sicurezza e dell'equipaggiamento di sicurezza degli impiegati, ai sensi della Legge federale sull'assicurazione contro gli infortuni (LAINF). Conoscono le esigenze della sicurezza e della protezione sanitaria conformi alla legge federale, le mettono in pratica e ne controllano il rispetto.

##### *Protezione dell'ambiente*

L'economia agraria, come già descritto alla posizione 1, è assegnata a un ambiente intatto. La politica ambientale ai sensi della Costituzione federale e il diritto ambientale espresso nelle leggi federali ne costituiscono le basi. Gli agro-commercianti come importanti attori n'assumono la responsabilità individuale propria, applicano i provvedimenti preventivi adeguati e agiscono in modo impegnato e responsabile.



## **A. Campo d'attività mercati agricoli**

### *Il concetto di mercato agricolo*

Come rappresentato e descritto nella figura 2, a pagina 6, l'economia agraria si suddivide in cinque settori. I settori 1, 3 e 4 sono al centro del profilo professionale per quanto riguarda gli agro-commercianti, ma anche il settore 5 ha una certa importanza.

Il primo ambito professionale è definito dal concetto di "mercato agricolo". Questo concetto comprende i tre settori "livello antistante", "primo livello di elaborazione" e "secondo livello di elaborazione", i quali suddividono il "livello successivo" in due settori dalle funzioni molto diverse sul mercato, nonché il settore 5.

### *L'ambito professionale mercati agricoli*

L'apertura dei mercati (apertura dei confini, livello dei prezzi, concorrenza, smantellamento delle regolamentazioni statali, ecc.) e la politica agricola, unitamente alle abitudini dei consumatori e alle strutture dei commerci al dettaglio, influenzano fortemente i mercati agricoli, i loro attori e i loro sviluppi. Le dimensioni ecologiche dell'agricoltura, in generale, (prodotti muniti di label, carico ambientale, protezione degli animali, ecc.) e la coscienza ecologica dei consumatori, in particolare, (alimenti sani, carburanti provenienti dalle energie rinnovabili, paesaggio come spazio di svago, ecc.), eserciteranno in futuro forti effetti su questi mercati.

### *Multifunzione – un sinonimo*

Secondo l'analisi della professione svolta nel 2006 "Il profilo professionale degli agro-commercianti e delle agro-commercianti"<sup>1)</sup> gli agro-commercianti sono "multifunzioni" rispetto all'attività professionale. Un concetto che, nell'agricoltura, è connesso ai cosiddetti compiti "dell'economia pubblica". Multifunzione significa, in relazione al campo d'attività: gli agro-commercianti devono sopportare contraddizioni, contrasti e tensioni. D'altro canto, ciò significa che le persone diplomate dispongono di una gran varietà di impieghi, ed ottime opportunità e possibilità nel mondo del lavoro.

Esempi, per chiarimento:

- Lavoro in imprese attive contemporaneamente in diversi settori dai diversi interessi, implica contrasti e conflitti
- Interessi e ottiche contraddittori nella produzione di derrate alimentari (agricoltore = costi alla produzione / reddito, industria alimentare = prezzi delle materie prime sul mercato mondiale)
- Influenza statale sul mercato, contro liberalizzazione "globale" dei mercati

<sup>1)</sup> Risultati di inchieste qualitative e quantitative presso datori di lavoro e persone diplomate, rapporto intermedio di progetto, agosto 2006, Private Hochschule Wirtschaft, Berna

### *I ruoli e le funzioni degli agro-commercianti*

Gli agro-commercianti conoscono i diversi mercati di fornitura e di deposito dell'economia agraria, nei settori 1, 3 e 4, e nel commercio al dettaglio (settore 5).

Cercano in modo indipendente le varie informazioni rilevanti sui mercati e possono spiegare le loro specifiche proprietà in relazione con la politica, le leggi e le prescrizioni, i dati del mercato e le funzionalità.





Gli agro-commercianti sono in grado di percepire l'intenzione dell'acquirente e del venditore nei singoli mercati.

Conoscono i principali attori (produttori, commercianti, consumatori, ecc.) nei diversi mercati, la loro importanza e i loro ruoli. In qualità di quadri gerarchici, osservano gli sviluppi e le tendenze, ne traggono le conclusioni per la propria impresa e ne deducono i provvedimenti atti a trattare con successo con questi mercati.

Gli agro-commercianti seguono gli sviluppi della politica, dell'economia agraria e pubblica, riconoscono le deviazioni e le tendenze, le integrano nella loro attività, elaborano provvedimenti e informano i partner implicati.

### **Processo di lavoro A1: il mercato come sistema**

Gli agro-commercianti sviluppano e comprendono il mercato in cui sono attivi come un sistema composto da elementi, le loro relazioni reciproche e le influenze esterne (vedi allegato 1).

Sanno rappresentare e spiegare un sistema di mercato mediante esempi pratici.

Gli agro-commercianti sanno spiegare, analizzare e trarre conclusioni utili alla loro impresa dai singoli elementi e dalle loro relazioni e influenze reciproche. L'analisi sistematica dei mercati costituisce la base per allestire e elaborare un concetto di mercato, o parti di esso, e di attività nella compravendita di prodotti di ogni tipo.

Elaborano un sapere interrelazionale dai diversi mercati e riconoscono i loro influssi, dipendenze e sviluppi reciproci (vedi allegato 1).

Le necessarie competenze

Gli agro-commercianti...

- rappresentano il mercato come un sistema, analizzano gli elementi e le dimensioni degli influssi
- traggono le conseguenze dall'analisi e n'allestiscono i loro concetti di mercato e i loro strumenti di marketing
- pianificano e applicano provvedimenti di marketing
- organizzano e svolgono gli acquisti e le vendite in modo indipendente

### **Processo di lavoro A2: i mercati dei mezzi di produzione: procurare e vendere la merce**

L'agricoltore necessita un'ampia gamma di mezzi di produzione per poter produrre i diversi prodotti agricoli (denominati anche sostanze ausiliarie, con i gruppi di merci: foraggio, semi, fertilizzanti e prodotti fitosanitari (settore 1, figura 2, a pagina 6)).

Gli agro-commercianti acquistano questi prodotti presso i loro fornitori in Svizzera e all'estero.

Oltre alla funzione di fornitore, influenzano direttamente, nelle aziende di produzione indigene (settore 1) che si procurano le loro materie prime presso contadini svizzeri o sul



mercato internazionale (p.es. foraggio), l'ulteriore elaborazione e valorizzazione presso l'azienda (p.es. mulini per foraggio).

Gli agro-commercianti conoscono il funzionamento di questi diversi mercati, le loro condizioni quadro (leggi, regolamenti statali) e gli attori più importanti.

Hanno la capacità di rifornirsi indipendentemente, di organizzare la fabbricazione di semilavorati o di prodotti finiti, di rispettare le prescrizioni riguardo alla lavorazione e alla vendita e assumono la responsabilità di organizzare e sorvegliare la loro commercializzazione.

Consigliano gli agricoltori per quanto riguarda le tecniche produttive, nell'ambito degli assortimenti e nel dialogo commerciale.

Le necessarie competenze

Gli agro-commercianti...

- acquistano i mezzi di produzione, conoscono tutti i sottoprocessi ad essi connessi e applicano i loro principi fondamentali
- dirigono la squadra e assumono la responsabilità di sorvegliare il processo
- conoscono gli ulteriori processi di lavorazione, li possono accompagnare e applicano le specifiche prescrizioni settoriali
- organizzano ed eseguono con successo la vendita in modo indipendente
- consigliano gli agricoltori riguardo alle tecniche produttive

### ***Processo di lavoro A3: i mercati dei prodotti agricoli: immagazzinare, elaborare e vendere i prodotti***

Gli agro-commercianti conoscono i mercati di deposito (settori 3 e 4) di prodotti agricoli (prodotti nel settore 2), la loro importanza per l'agricoltura e il ruolo dell'industria alimentare (settore 4) e del commercio al dettaglio (settore 5).

Applicano le prescrizioni e le leggi usuali nel settore, tanto nel ruolo di acquirenti quanto in quello di venditori, e s'impegnano a mantenere gli standard di qualità.

Assumono funzioni dirigenti nell'economia delle merci e nelle aziende di elaborazione e ne dirigono aziende o settori in modo indipendente.

Gli agro-commercianti dirigono con successo negoziati commerciali, sorvegliano l'economia delle merci e sbrignano i compiti amministrativi del commercio, fino all'inventario, alla verifica dei conti e alla contabilità.



### Le necessarie competenze

Gli agro-commercianti...

- svolgono in modo responsabile ogni compito del commercio di prodotti agricoli.
- osservano gli sviluppi del mercato e ne traggono le conseguenze per gli obiettivi dell'impresa e per i produttori e gli agricoltori
- dirigono squadre con successo
- mettono in esecuzione i principi dell'economia delle merci
- dirigono in modo indipendente la necessaria amministrazione e la contabilità

### ***Processo di lavoro A4: il commercio al dettaglio – il ponte verso i consumatori***

Anche il commercio al dettaglio (settore 5, figura 2 a pagina 6) fa parte dell'economia agraria, nell'ampio senso del termine, in particolare il settore alimentare (assortimenti di prodotti nutritivi, di prodotti voluttuari e di derrate alimentari) e i suoi canali commerciali. Anche nel settore non alimentare vi sono però certi gruppi di prodotti usati nella cosiddetta competenza centrale agricola (foraggio per animali da compagnia, apparecchi da cortile e da giardino, sementi di fiori e ortaggi, ecc.).

Gli agro-commercianti occupano posizioni dirigenti soprattutto nel settore non alimentare (p.es. nei negozi LANDI).

Gli agro-commercianti conoscono le strutture del commercio al dettaglio, i suoi attori e gli sviluppi.

Esercitano una funzione dirigente nella compravendita

Gli agro-commercianti acquistano merci, sistemano gli assortimenti e organizzano le vendite nell'ambito delle strategie d'impresa.

Assumono la responsabilità di dirigere centri di vendita, organizzano i flussi di merci, la loro presentazione e gestiscono il personale. Dirigono una squadra, sorvegliano gli obiettivi e le cifre indicatrici e pianificano i provvedimenti da adottare in caso di deviazioni.

### Le necessarie competenze

Gli agro-commercianti...

- dispongono di competenze nel commercio al dettaglio e le mettono in applicazione
- conoscono i principi dell'acquisto di merci, dell'economia delle merci e della sistemazione degli assortimenti
- assumono la responsabilità di dirigere centri di vendita e il loro personale
- analizzano le cifre indicatrici e pianificano i provvedimenti atti a raggiungere gli obiettivi



## **B. Marketing: essere attivi e riuscire sul mercato**

### *Il concetto di marketing nel contesto degli agro-commercianti*

Il marketing, sotto tutti i punti di vista e nell'ampio senso del termine, fa parte dei compiti centrali degli agro-commercianti nel mondo del lavoro. Gli agro-commercianti comprendono il marketing come una scelta di strumenti per sviluppare con successo un determinato mercato, parti o segmenti di esso. Conoscono le funzioni e le funzionalità dei singoli strumenti, in relazione al mercato da sviluppare. Gli agro-commercianti scelgono gli strumenti appropriati per raggiungere gli obiettivi, sulla base di un'analisi di mercato, ne pianificano l'allestimento e l'impiego. Coordinano l'impiego dei diversi mezzi, hanno la capacità di valutare i risultati e di applicare ulteriori provvedimenti.

### *L'ambito professionale marketing*

“Tutto è marketing, e senza marketing tutto è niente”, sembra che abbia detto una personalità del marketing. Tutte le attività che rendono visibile e percepibile un prodotto, un'impresa o un servizio, di fronte alla clientela, sono marketing.

Il marketing è un processo continuo nelle imprese che hanno successo. Perciò, il marketing esige creatività, coerenza di pensiero e di azione, concetti e profili chiari e inconfondibili. Gli agro-commercianti dispongono di basi pratiche e teoriche che consentono loro di pianificare e di applicare i compiti relativi al marketing in modo completo e coerente.

### *Il campo d'attività marketing per gli agro-commercianti*

Il marketing è il principale campo d'attività degli agro-commercianti. Lo sviluppo riuscito del mercato è l'obiettivo principale di tutta l'economia agraria e delle imprese ad essa connesse. Gli agro-commercianti devono sapere concepire i “comandi” del marketing in modo “pluridimensionale” e agire con essi. Devono mostrare alla clientela di sapere abbinare creatività e analisi coerente a un impegno mirato dei mezzi. Solo in questo modo il commercio riesce.

Le competenze in materia di marketing sono indispensabili agli agro-commercianti, per ogni attività e a ogni livello gerarchico.

### **Processo di lavoro B1: l'impiego mirato e l'allestimento degli strumenti: il concetto marketing**

Gli agro-commercianti conoscono i diversi strumenti del marketing e li sanno scegliere in modo mirato per eseguire i compiti relativi allo sviluppo del mercato.

Sanno spiegare i vantaggi e gli svantaggi relativi ai progetti in corso e, su questa base, allestire gli strumenti del marketing in modo efficiente e efficace.

Dispongono delle conoscenze necessarie per allestire i singoli strumenti in modo rivolto verso il mercato e, a questo scopo, impiegano la loro creatività.

Gli agro-commercianti valutano l'effetto di singoli strumenti o di diversi strumenti combinati e le possibili alternative.

Analizzano i risultati, le reazioni e gli effetti, ne traggono le conclusioni per il futuro e introducono i necessari provvedimenti correttivi.



### Le necessarie competenze

Gli agro-commercianti...

- conoscono gli strumenti del marketing, i loro vantaggi e i loro svantaggi, nonché le loro possibilità di applicazione e i loro limiti.
- organizzano l'impiego di strumenti singoli, di combinazioni o di interi concetti.
- impiegano gli strumenti appropriati in modo mirato, sorvegliano il loro effetto e valutano i risultati
- traggono le conclusioni dalle attività di marketing e ne deducono i provvedimenti per l'ottimizzazione

### **Processo di lavoro B2: la vendita – regina delle discipline**

Gli agro-commercianti applicano le basi del dialogo commerciale riuscito direttamente con la clientela o al telefono e nella vendita indiretta (lettera, e-mail, Internet, ecc.).

S'interessano in modo professionale alle necessità della clientela e sviluppano argomenti per soddisfarla.

Applicano le tecniche di vendita in modo mirato e concludono vendite.

Gli agro-commercianti vendono i loro prodotti con passione ed entusiasmo.

Osservano regolarmente gli sviluppi del mercato ed eseguono i necessari cambiamenti per quanto riguarda la propria offerta e l'argomentario per la clientela.

### Le necessarie competenze

Gli agro-commercianti...

- intrattengono dialoghi commerciali riusciti secondo i principi della vendita
- conoscono le diverse forme di vendita e sanno scegliere quell'appropriata ad ogni singolo caso
- s'interessano alle necessità della clientela tramite tecniche d'interrogazione e formulano argomenti sulla base di tali necessità
- concludono vendite in modo strutturato e mirato
- vendono i loro prodotti con passione e motivazione
- percepiscono gli sviluppi e li traducono nell'offerta, tenendo conto della clientela

### **Processo di lavoro B3: comunicazione esterna e interna**

Gli agro-commercianti conoscono gli strumenti della comunicazione relativi al marketing e li impiegano nei diversi gruppi mirati, in modo professionale.

Selezionano e allestiscono gli strumenti secondo i gruppi mirati da implicare, interni o esterni.

Applicano in modo mirato i principi della comunicazione e della pubblicità nell'allestimento degli strumenti.



Svolgono attività informative efficaci nel mercato, fra cui le informazioni necessarie, interne e – entro il sistema di mercato sviluppato – per la clientela o gli attori.

Gli agro-commercianti dispongono delle conoscenze linguistiche necessarie (vedi anche il campo d'attività Basics) e padroneggiano le tecnologie da applicare.

Le necessarie competenze

Gli agro-commercianti...

- impiegano in modo mirato gli strumenti della comunicazione relativi al marketing, secondo i gruppi mirati e all'interno di essi
- applicano i principi della selezione e dell'allestimento
- differenziano secondo in gruppi mirati
- pianificano in modo indipendente le attività informative rivolte ad ogni gruppo mirato e agli attori nel mercato da sviluppare
- dispongono delle competenze linguistiche e padroneggiano le tecnologie necessarie

### ***Processo di lavoro B4: il punto di vendita: 80% delle decisioni d'acquisto avvengono qui***

Gli agro-commercianti impiegano in modo mirato le conoscenze e i principi in tutti i settori dell'economia agraria, per sistemare punti di vendita attraenti e incitanti l'acquisto.

Conoscono l'effetto della presentazione attraente e di un aspetto del negozio che inciti l'acquisto. È indispensabile applicare quotidianamente tali principi.

Gli agro-commercianti incoraggiano e motivano i collaboratori e li correggono qualora sia necessario.

Pianificano, sistemano e curano i reparti standard per la merce, i punti di vendita secondari (oltre i reparti standard) e altri provvedimenti incitativi per la vendita nelle località di vendita e attorno ad esse.

Gli agro-commercianti conoscono le prescrizioni legali e le usanze del commercio al dettaglio e le applicano di conseguenza.

Le necessarie competenze

Gli agro-commercianti...

- conoscono i principi, l'importanza e l'effetto della sistemazione dei punti e delle superfici di vendita.
- applicano quotidianamente e in modo attraente tali principi, con la squadra, nei locali di vendita.
- istruiscono, motivano e controllano i collaboratori.
- pianificano, sistemano e curano i punti di vendita secondari e altri provvedimenti atti ad incitare la vendita.
- applicano le prescrizioni legali.



## **C. Gestione dell'impresa e organizzazione**

### *Il concetto di gestione dell'impresa e organizzazione*

Il concetto e il rispettivo campo d'attività di gestione dell'impresa e organizzazione riassume tutti i processi di lavoro che gli agro-commercianti, in qualità di quadri gerarchici responsabili, applicano quotidianamente nelle loro diverse attività direttive.

I seguenti settori d'impresa – denominati in modo diverso nel mondo del lavoro – fanno parte di questo campo d'attività: contabilità e controlling, gestione e amministrazione del personale, tecniche professionali ed elaborazione elettronica dei dati. In ogni campo e processo di lavoro, le questioni e problematiche giuridiche e amministrative hanno un ruolo importante. Le conoscenze necessarie in questo campo sono descritte nel processo e nelle competenze professionali.

### *L'ambito professionale gestione dell'impresa e organizzazione*

La complessità delle aziende nell'economia agraria esige, nel campo d'attività gestione dell'impresa e organizzazione, una gran flessibilità da parte degli agro-commercianti per applicare gli strumenti direttivi e per allestirli.

Gli sviluppi nei mercati agricoli, di deposito, del lavoro o in quello finanziario esercitano un influsso diretto e importante sulla sistemazione dell'impresa e sulla sua organizzazione nell'economia agraria. In quest'ambito, i cambiamenti nelle strutture, per esempio le fusioni, sono inevitabili.

### *Il campo d'attività gestione dell'impresa e organizzazione*

I processi di lavoro gestione dell'impresa e organizzazione e le competenze richieste, sono applicati a diversi livelli dagli agro-commercianti nella pratica professionale, a causa delle taglie diverse delle aziende (aziende con uno o due soli impiegati fino ad imprese con diverse migliaia di collaboratori e diversi livelli gerarchici).

In qualità di quadri gerarchici dell'impresa, gli agro-commercianti assumono responsabilità direttive a diversi livelli.

Conoscono le strategie dell'impresa e i suoi obiettivi, collaborano alla loro elaborazione e li trasmettono in modo appropriato, nell'ambito delle loro responsabilità.

Gli agro-commercianti formulano, in accordo con i loro superiori, i diversi obiettivi del loro settore professionale e i provvedimenti che ne conseguono. Li sanno altresì applicare, indipendentemente o con la squadra. Ciò comprende: sviluppare budget, formulare obiettivi qualitativi e quantitativi, interpretare le cifre indicative, lanciare provvedimenti volti a raggiungere gli obiettivi, controllare l'esecuzione delle attività e pianificare le misure correttive in caso di deviazioni.

Gli agro-commercianti dirigono squadre più o meno grandi, in qualità di responsabili e capi.

Conoscono i principi della gestione e della formazione del personale e delle qualifiche dei collaboratori e li applicano in modo mirato e riuscito.

Gli agro-commercianti dirigono l'amministrazione del loro settore in modo efficiente e mediante i mezzi ausiliari adeguati. Dispongono delle conoscenze specifiche per organizzare



e dirigere la contabilità e per presentare correttamente i risultati e le cifre indicatrici, per interpretarli e per proporre provvedimenti correttivi.

Gli agro-commercianti attivi in ambito fiduciario e nella consulenza agli agricoltori conoscono le condizioni quadro, le leggi e le prescrizioni corrispondenti e le applicano, congiuntamente alle conoscenze specifiche.

### **Processo di lavoro C1: contabilità e controlling**

Gli agro-commercianti dirigono la contabilità sotto la propria responsabilità, stabiliscono le valutazioni usuali (rapporti giornalieri, settimanali, mensili o annuali), le commentano e le interpretano con i responsabili del settore e i superiori.

Conoscono tutte le prescrizioni legali, gli standard e i mezzi ausiliari per dirigere la contabilità ordinaria e per stabilire contratti e budget.

Gli agro-commercianti valutano i progetti d'investimento nell'ottica finanziaria, pianificano e sorvegliano le liquidità e applicano i metodi dinamici dell'investimento.

Svolgono in modo indipendente preventivi e verifiche, nel loro settore di responsabilità e conformemente gli obiettivi.

Gli agro-commercianti sanno leggere e valutare le statistiche, trarne le giuste conclusioni per l'impresa e introdurle nelle strategie e nei concetti.

Le necessarie competenze

Gli agro-commercianti...

- conoscono i principi, la costituzione e la struttura della contabilità di un'impresa
- dirigono la contabilità secondo i principi legali e interni
- valutano i dati sulla base di diversi criteri, li commentano e li interpretano
- applicano ogni prescrizione, standard e mezzo ausiliario alla contabilità
- conoscono le basi per valutare gli investimenti e le liquidità di un'impresa; sanno applicare i metodi dinamici dell'investimento
- calcolano, secondo i principi dell'impresa e gli obiettivi, i prezzi e i margini, nonché gli interessi e gli interessi composti

### **Processo di lavoro C2: gestione e amministrazione del personale**

Gli agro-commercianti formulano i profili professionali dei loro collaboratori e gli annunci dei posti vacanti. Selezionano le candidature e dirigono i colloqui con i candidati, soli o con i superiori.

Gli agro-commercianti dirigono i collaboratori nel loro settore secondo i principi direttivi e gli obiettivi dell'impresa, praticano una comunicazione attiva e nel rispetto della situazione.

Applicano permanentemente misure volte ad istruire la squadra e incitano il sentimento di squadra e le prestazioni, dirigono colloqui con i collaboratori e per le qualifiche, incitano e motivano la squadra.





Gli agro-commercianti che riescono come capi delegano ai collaboratori per sollecitarli e per incitarli, controllano e correggono regolarmente le attività secondo gli obiettivi convenuti.

Applicano, se necessario, strumenti pianificatori per assumere il personale, come strumenti direttivi.

Gli agro-commercianti conoscono e applicano le prescrizioni e le leggi del diritto e delle assicurazioni del lavoro, nonché della sicurezza sul posto di lavoro.

Dirigono i rapporti sul personale e stabiliscono la contabilità delle retribuzioni tenendo conto delle prescrizioni legali e specifiche dell'impresa.

Gli agro-commercianti conoscono e applicano i compiti in caso di fluttuazioni del personale (certificato professionale, dimissioni, ecc.).

#### Le necessarie competenze

Gli agro-commercianti...

- sviluppano profili professionali rivolti verso la pratica e ne deducono gli annunci per posti vacanti
- conoscono e applicano i metodi della selezione dei candidati, e dirigono colloqui con i candidati
- conoscono gli strumenti per istruire una squadra e li applicano alla loro
- delegano secondo principi trasparenti e motivano i collaboratori in modo mirato
- dirigono la squadra mediante accordi sugli obiettivi, controllano e correggono regolarmente il processo, per raggiungere gli obiettivi
- applicano strumenti pianificatori per assumere il personale come strumenti direttivi
- conoscono e applicano le prescrizioni e le leggi nel settore del personale (sicurezza, diritto del lavoro, sanità, ecc.)
- svolgono i lavori amministrativi della gestione del personale

#### ***Processo di lavoro C3: tecnica professionale ed elaborazione elettronica dei dati***

Gli agro-commercianti applicano mezzi ausiliari e atti a far fronte alle necessità, nell'organizzazione degli uffici e nell'amministrazione.

Allestiscono i posti di lavoro in modo razionale e chiaro, tenendo conto delle esigenze ergonomiche e pratiche.

Gli agro-commercianti conoscono i principi dell'organizzazione moderna degli uffici e della relativa tecnica e le applicano tenendo conto dei costi e dell'ambiente.

Dispongono di conoscenze in materia d'elaborazione dati, come utilizzatori, e le applicano in modo mirato, efficiente e costantemente aggiornato (programmi Office, economia delle merci e contabilità e finanza).

Gli agro-commercianti valutano e implementano soluzioni informatiche secondo le necessità specifiche dell'impresa. Elaborano regolarmente le conoscenze necessarie e le competenze relative alle applicazioni per i programmi e le tecniche speciali dell'impresa.



## Le necessarie competenze

### Gli agro-commercianti...

- conoscono i mezzi ausiliari dell'organizzazione degli uffici e dell'amministrazione e le applicano secondo le necessità dell'impresa
- riconoscono le esigenze dei diversi posti di lavoro e le adeguano, con l'aiuto degli specialisti
- padroneggiano l'informatica e la applicano in modo efficiente (applicazioni standard e specifiche all'impresa), mantengono aggiornate le conoscenze e si perfezionano
- elaborano soluzioni e applicazioni informatiche specifiche per l'impresa, con l'aiuto degli specialisti, e implementano i programmi speciali presso i collaboratori



## 6. Il titolo

La conclusione riuscita della formazione conferisce il seguente titolo alle persone diplomate

tedesco           dipl. Agro-Kaufmann HF / dipl. Agro-Kauffrau HF

francese         Agro-Commerçant diplômé ES / Agro-Commerçante diplômée ES

italiano          Agro-Commerciante diplomato SSS / Agro-Commerciante diplomata SSS

Nelle regioni anglofone si deve usare il titolo seguente:

Agro-Commercial with college of higher VET diploma

## 7. Il profilo richiesto agli studenti

La base è data dall'articolo 7, capoverso 2 e dall'articolo 13, nonché dall'allegato 3, cifra 2 dell'ordinanza del DFE riguardante le esigenze minime per il riconoscimento dei cicli di formazione e degli studi postdiploma delle scuole specializzate superiori.

Il piano di studi come agro-commerciante SSS si basa su un tirocinio concluso di agricoltore / agricoltrice con AFC

o di professioni vicine / tirocini con AFC in relazione al "settore verde" (attualmente si tratta d'orticoltori/orticoltrici, frutticoltori/frutticoltrici, viticoltori/viticoltrici, tecnici lattieri, allevatori/allevatrici di pollame).

Devono essere riempiti i seguenti criteri:

- Attestato federale di capacità AFC (vedi sopra)
- Chiarificazione dell'attitudine personale presso l'ente formatore
- Per il piano di studi a tempo pieno, almeno un anno di pratica professionale nell'economia agraria
- Un impiego a tempo parziale di almeno 50% nell'economia agraria, ossia nei settori 1, 3 o 4 (vedasi figura 2, a pagina 6), secondo curriculum "profilo richiesto" dall'ente formatore.

### 7.1. Conteggio delle competenze già acquisite

Le formazioni nel settore terziario sono contabilizzate, purché corrispondano a competenze e qualifiche importanti, per quanto riguarda la formazione degli agro-commercianti SSS. Ne fanno parte le formazioni seguenti:

- Esami specializzati nelle professioni della AgriAliForm
- Tecnico agricolo / agricola SSS
- Economista aziendale SSS
- Studi superiori (Università, Scuola universitaria professionale, Politecnico) in campo economico o agronomico.

Saranno contabilizzate le competenze che corrispondono inequivocabilmente a quelle della formazione e per le quali può essere fornito un attestato di prestazione.



Per le persone diplomate di scuole di livello generale secondario 2 (maturità, maturità professionale, scuola di commercio, ecc.) sarà tenuto conto dell'insegnamento nelle materie generali, qualora esse dispongano di competenze attestate, pari almeno al livello richiesto nella formazione degli agro-commercianti.

Il centro di formazione decide del conteggio di diplomi di lingue riconosciuti sul piano internazionale, di diplomi riconosciuti in campo informatico (p.es. Certificato informatico svizzero SIZ), ecc.

I centri di formazione decidono nei casi specifici del conteggio delle qualifiche già acquisite.

## **7.2. La situazione nel sistema di formazione**

Il piano di studi per agro-commercianti SSS è situato nell'ambito delle scuole superiori, specializzate in campo economico e riconosciute sul piano federale. In questo modo viene chiaramente dimostrata l'orientazione verso l'economia agraria e il mercato, in generale, nonché verso la gestione d'impresa, in particolare.

Gli agro-commercianti SSS esercitano in imprese attive direttamente o indirettamente nell'agricoltura. Vale a dire che si tratta di aziende che si trovano nel settore antistante o in quello di elaborazione, o di aziende agricole con elevate esigenze in materia di condotta dell'azienda.

Il piano di studi come agro-commercianti SSS è situato nel campo economico.

## **7.3. Ammissione ai piani di studio delle Scuole universitarie professionali e agli studi postdiploma delle Scuole superiori**

Sulla base delle raccomandazioni della conferenza delle Scuole universitarie professionali (KFH), le persone diplomate di una scuola specializzata possono essere ammesse, senza maturità, a un piano di studio delle Scuole universitarie professionali.

L'immatricolazione si riferisce alle corrispondenti condizioni di ammissione della Scuola universitaria professionale, rispettivamente dello studio postdiploma presso la Scuola superiore.

## **8. Le relazioni con la pratica**

Gli attori del mercato e la clientela stanno al centro delle attività pratiche e professionali degli agro-commercianti diplomati. L'attenzione rivolta alla clientela, nella compravendita di prestazioni di mercato e nell'allestimento di servizi, costituisce il fondamento del processo di lavoro. I massimi obiettivi sono la soddisfazione della clientela e la redditività. Questi principi e orientazioni fondamentali stanno alla base del PQ.

Dai primi svolgimenti del piano di studio, 20 anni fa, la capacità sul piano del mercato del lavoro è straordinariamente alta. Praticamente ogni studente dispone di un contratto di lavoro prima di ottenere il diploma.



## 9. *Gli standard internazionali*

Gli agro-commercianti sono attivi per la maggior parte nell'economia agraria svizzera. Questo ramo dell'economia, riguardo al campo di formazione, si concentra solo sulla Svizzera. In questo campo non ci sono standard internazionali di cui tenere conto.

In opposizione a ciò, i campi d'attività degli agro-commercianti, in particolare nel campo della fornitura di merci (importazione) sono rivolti verso il mercato europeo e mondiale e hanno dunque una vocazione internazionale. Per l'attitudine professionale sono dunque importanti l'apertura nei confronti degli affari internazionali e la corrispondente conoscenza delle lingue.

## 10. *Le competenze al termine della formazione*

Sotto il tema 5. Profilo professionale (pagina 10 e seguenti) sono definite le competenze che devono essere riscontrate per ogni processo di lavoro, al termine del piano di studio.

## 11. *I campi di formazione e la loro organizzazione temporale*

### Varianti del piano di studio

|  | A tempo pieno      | Formazione in ambito lavorativo |
|--|--------------------|---------------------------------|
|  | 3600 ore di studio | 3600 ore di studio              |
| Campi d'attività                         | %                  | %                               |
| A Mercati agricolo                       | 25 - 30            | 25 - 30                         |
| B Marketing                              | 20 - 25            | 20 - 25                         |
| C Gestione e organizzazione dell'impresa | 20 - 25            | 20 - 25                         |
| Basics                                   | 30 - 35            | 30 - 35                         |
| Totale                                   | % 100              | 100                             |

### 11.1. Ore di studio secondo i campi di studio

| Ambiti di studio                                 | Ore di studio |
|--|---------------|
| Mercati agricoli                                 | 480           |
| Marketing  | 320           |
| Gestione dell'impresa e organizzazione           | 600           |
| Basics   | 800           |
| <i>Totale parziale</i>                           | <i>2200</i>   |
| Progetti, esercizi, lavori di semestre, transfer | 360           |
| Lavori di diploma                                | 320           |
| <i>Totale parziale</i>                           | <i>680</i>    |
| Stage pratico                                    | 720           |
| Ore di studio totali                             | 3600          |

### 11.2. Ore di studio secondo le forme di studio

| Forme di studio   | Piano di studio                |  |
|---|--------------------------------|--|
|   | A tempo pieno<br>Ore di studio | In ambito lavoro-<br>rativo<br>Ore di studio |
| Presenza alle lezioni   | 1400 - 1700                    | 1100 - 1400                                  |
| Studio indipendente, come approfondimento dei contenuti dell'insegnamento e preparazione agli esami                     | 500 - 800                      | 800 - 1100                                   |
| Progetti e esercizi, escursioni, viaggi di studio, lavori di semestre   | 360                            | 360  |
| Lavoro di diploma   | 320                            | 320  |
| Stage pratico   | 720                            |  |
| Ore di studio che possono essere contabilizzate sull'attività professionale per il piano di studio in ambito lavorativo |                                | 720  |
| <b>Totale</b>   | <b>3600</b>                    | <b>3600</b>                                  |



## **12. Gli ambiti di insegnamento**

### **12.1. Ambito di insegnamento scuola: dalla pratica, per la pratica**

Il piano di studio per agro-commercianti presenta un forte rapporto con il mondo del lavoro, in generale, e con l'economia agraria, in particolare. Le docenti e i docenti devono disporre di esperienze professionali pratiche nel loro campo d'attività.

Nei campi d'attività mercati agricoli e marketing, il piano di studio deve essere completato e approfondito con professionisti provenienti da entrambi i campi. Fanno parte di ciò anche le visite di imprese, le escursioni specifiche e esercizi pratici, per esempio nella vendita, al fine di connettere l'insegnamento teorico e la pratica.

### **12.2. Ambito di studio Transfer: esercizi di progettazione, lavori di semestre e di diploma**

Gli esercizi di progetto, i lavori di semestre e di diploma perseguono l'obiettivo di incitare e approfondire la comprensione interdisciplinare e la connessione dei diversi campi d'attività, nonché di garantire il trasferimento delle conoscenze teoriche alle applicazioni pratiche e all'esecuzione nei campi d'attività.

Nel primo anno di formazione è effettuato un lavoro di semestre, nell'ultimo anno un lavoro di diploma.

I temi devono essere d'attualità, corrispondere al livello della formazione e concernere l'economia agraria. Il problema da elaborare e la problematica riguardo al tema devono presentare un'elevata importanza per la pratica e devono provenire dal mondo del lavoro.

Nel curriculum "lavori di semestre e di diploma" devono essere regolate le esigenze riguardo ai lavori, all'assistenza degli studenti e delle imprese e alla valutazione effettuata dall'ente formatore.

### **12.3. Ambito di studio stage pratico**

Il collegamento tra le competenze scolastiche e la loro applicazione pratica è indispensabile per gli agro-commercianti SSS orientati verso il mercato e costituisce uno standard della riuscita professionale.

L'attitudine del piano di formazione SSS per agro-commercianti al mercato del lavoro deve essere garantita anche in futuro, mediante una cultura del trasferimento di competenze qualitativamente elevate tra la pratica e la scuola. In questo modo è garantito anche il chiaro posizionamento nell'ambito delle formazioni.

Lo stage pratico deve adempiere alle seguenti esigenze:

- Gli stage sono orientati secondo le competenze, sono assistiti da personale qualificato in seno all'impresa nella quale si svolgono e sottostanno alla sorveglianza dell'ente formatore. L'investimento e i campi di attività corrispondono al livello di formazione degli agro-commercianti.
- Le esperienze, le competenze e le impressioni raccolte durante lo stage pratico sono riassunte in una valutazione dello stage.

L'organizzazione dello stage pratico è diversa per i piani di studio a tempo pieno e in ambito professionale.



### *A. Piano di studio a tempo pieno*

Esigenze supplementari:

- Lo stage dura almeno 18 settimane.
- Almeno il 50 % dello stage viene svolto in un'impresa attiva nell'economia agraria.
- Il resto dello stage può avvenire direttamente presso l'ente formatore, qualora i progetti e le applicazioni possano essere svolti in equivalente correlazione con il mercato del lavoro. Un'elevata correlazione col mercato del lavoro significa che si opera con gli stessi metodi di lavoro che si riscontrano nel campo professionale e sotto condizioni comparabili.
- Si consiglia di realizzare lo stage pratico in una volta sola. È permesso suddividere lo stage su due imprese al massimo.

Gli agro-commercianti sono responsabili di trovare personalmente un posto per lo *stage* che risponda alle esigenze del curriculum "*stage* pratico" dell'ente formatore. A questo scopo, gli organi responsabili e l'ente formatore mettono a disposizione le loro conoscenze e sostengono attivamente gli agro-commercianti nella ricerca. In questo curriculum, devono essere regolate le modalità di autorizzazione, la durata, le esigenze poste all'impresa nella quale si svolge lo *stage* e la valutazione dello *stage*. La valutazione si scompone in due parti e fa parte della procedura di qualifica conclusiva.

### *B. Piano di studio in ambito lavorativo*

Lo stage pratico si compone delle ore di studio che possono essere contabilizzate (720) provenienti dall'attività professionale prescritta

Per seguire il piano di studio in ambito lavorativo bisogna dimostrare di avere un'attività a tempo parziale, almeno al 50%, in un'impresa o in un'organizzazione dell'economia agraria, che deve essere mantenuta durante l'intera durata della formazione.

L'attività professionale deve essere riconosciuta dall'ente formatore.

Il rapporto professionale deve indicare l'impresa, i suoi ruoli nell'economia agraria e i progetti e processi che vi sono stati svolti. Devono essere documentate l'applicazione pratica e il trasferimento della teoria alla pratica.

I dettagli sono da regolare nel curriculum dello stage.





### **13. La procedura conclusiva di qualifica**

L'ente formatore definisce le condizioni d'accesso alla procedura conclusiva di qualifica e le sue modalità.

Nell'ambito di questa procedura, gli agro-commercianti forniscono la prova di avere acquisito le competenze professionali contenute nel profilo professionale.

Note relative all'esperienza come qualifiche intermedie

Le prestazioni nelle singole specialità devono essere valutate regolarmente e le valutazioni devono essere stipulate in un certificato di semestre. Per proseguire la formazione nel semestre successivo, occorre dimostrare di avere ottenuto una nota sufficiente (4).

La procedura di qualifica consiste nei tre elementi seguenti:

#### **13.1. Esami di diploma**

Ogni materia deve essere conclusa con un esame di diploma orale e / o scritto. Questi possono avere luogo, al più presto, alla fine del primo anno di formazione. Vengono esaminate le conoscenze acquisite, in relazione con il loro trasferimento o la loro applicazione in situazioni pratiche, legate al mondo del lavoro.

#### **13.2. Lavoro di semestre e di diploma**

Lavoro di semestre (per i dettagli, vedi 12. Gli ambiti di insegnamento, a pagina 31)

Per poter passare al secondo anno d'insegnamento, il lavoro di semestre deve essere stato valutato con una nota sufficiente / 4. Il lavoro di semestre è qualificato secondo curriculum.

Lavoro di diploma (per i dettagli, vedi 12. Gli ambiti di insegnamento, a pagina 31)

Il diploma richiede che nell'ultimo anno d'insegnamento sia svolto un lavoro di diploma, conformemente alle esigenze del curriculum. Esso deve essere qualificato con una nota sufficiente / 4.

Il lavoro di diploma consiste in una riflessione approfondita di un tema relativo all'economia agraria. Richiede applicazione e interconnessione delle conoscenze teoriche, collegate a riflessioni proprie riguardo alla problematica e alla ricerca creativa di soluzioni. L'uso di tutte le competenze provenienti dai quattro campi d'attività, ossia di quelle necessarie alla realizzazione del compito, fa parte di questo lavoro.

#### **13.3. Stage pratico**

##### **A. Piano di studio a tempo pieno**

La conclusione di uno *stage* riuscito deve essere certificata dall'impresa nella quale esso è stato svolto, sulla base dei principi del rapporto di *stage* definiti nel curriculum e di un colloquio conclusivo. Tale rapporto di *stage* valuta le competenze applicate allo *stage*, conformemente al profilo professionale.



## ***B. Piano di studio in ambito lavorativo***

L'attitudine professionale deve essere attestata dal datore di lavoro sulla base di un rapporto professionale, definito nel curriculum, e di un colloquio conclusivo. Tale rapporto valuta le competenze applicate durante i tre anni, secondo il profilo professionale, e conferisce le qualifiche secondo il sistema interno dell'azienda.

### ***13.4. Il diploma***

Il diploma come Agro-Commerciante diplomata SSS / Agro-Commerciante diplomato SSS è rilasciato al raggiungimento delle qualifiche sufficienti nei tre campi (13.1. – 13.3.).

### ***13.5. Gli strumenti per la valutazione***

Per la valutazione sono impiegati gli strumenti atti a esaminare le conoscenze e le capacità, nonché le competenze acquisite.

La valutazione avviene mediante una scala di note da 6 (molto bene) a 1. L'uso di mezze note è possibile.

Le esperte e gli esperti provenienti dalle organizzazioni del mondo del lavoro devono essere implicati nella procedura di qualifica e garantire, in questo modo, l'orientazione della formazione verso la pratica.

L'ente formatore ha la responsabilità dello svolgimento della procedura di qualifica e regola i relativi dettagli in un ordine di promozione. Esso informa anche sulle equivalenze, le dispense e ulteriori esigenze della procedura di valutazione e sulle possibilità di ripetere.

## ***14. Valutazione periodica***

Questo PQ di insegnamento è valutato a scadenze di cinque anni dalle OML e dai centri di formazione. È adattato e aggiornato alle nuove esigenze e ai cambiamenti nell'economia agraria e nei processi lavorativi, nonché al profilo professionale.

Qualora ciò sia necessario e in caso di cambiamenti fondamentali nell'economia agraria, questo PQ può essere aggiornato anche a intervalli più brevi.



## **15. Mandato d'approvazione**

Il 29 dicembre 06, l'UFFT ha rinviato la prima versione del programma quadro di insegnamento per agro-commercianti, con diverse raccomandazioni e correzioni, per una nuova elaborazione.

La seconda versione è stata interamente elaborata dalle organizzazioni responsabili, sulla base di una discussione con il Sig. M. Stalder dell'UFFT, del primo *feedback* e della griglia di criteri per la garanzia di qualità. È stata ampiamente sostenuta, nell'ambito di una consultazione interna, ed è stata inoltrata nella forma attuale per l'approvazione, nel maggio 2007.

La 3° versione si basa sui risultati dell'esame della qualità del 26 maggio 07 e sulle precisazioni e complementi richiesti dall'UFFT. Le OML e i centri di formazione, in collaborazione, hanno elaborato e formulato le modifiche contenute nella 3° versione.

La 4a versione si basa sugli adattamenti richiesti dall'esame della qualità e dall'UFFT per quanto riguarda lo stage pratico (versione 3), in particolare la sua durata.

Questa versione è disponibile anche in francese e in tedesco.

Il presente documento è tradotto in lingua francese e italiana dopo l'approvazione.

Berna / Brugg, ott. 2007

*Redazione del Programma quadro di insegnamento*

Hans Steiger, fenaco, Erlachstrasse 5, 3012 Berna

*Organizzazioni responsabili e piano di studio OML per Agro-Commercianti SSS*

AgriAli**Form**, organizzazione del mondo del lavoro (OML) nell'agricoltura e nelle professioni speciali nell'agricoltura, c/o GB Bildung SBV, Laurstrasse 10, 5200 Brugg.

**fenaco**, gruppo di imprese del settore agricolo Svizzero, Erlachstrasse 5, 3012 Berna

*Approvazione del Programma quadro di insegnamento*

Ufficio federale della formazione professionale e della tecnologia UFFT

Settore formazione professionale superiore

Berna,

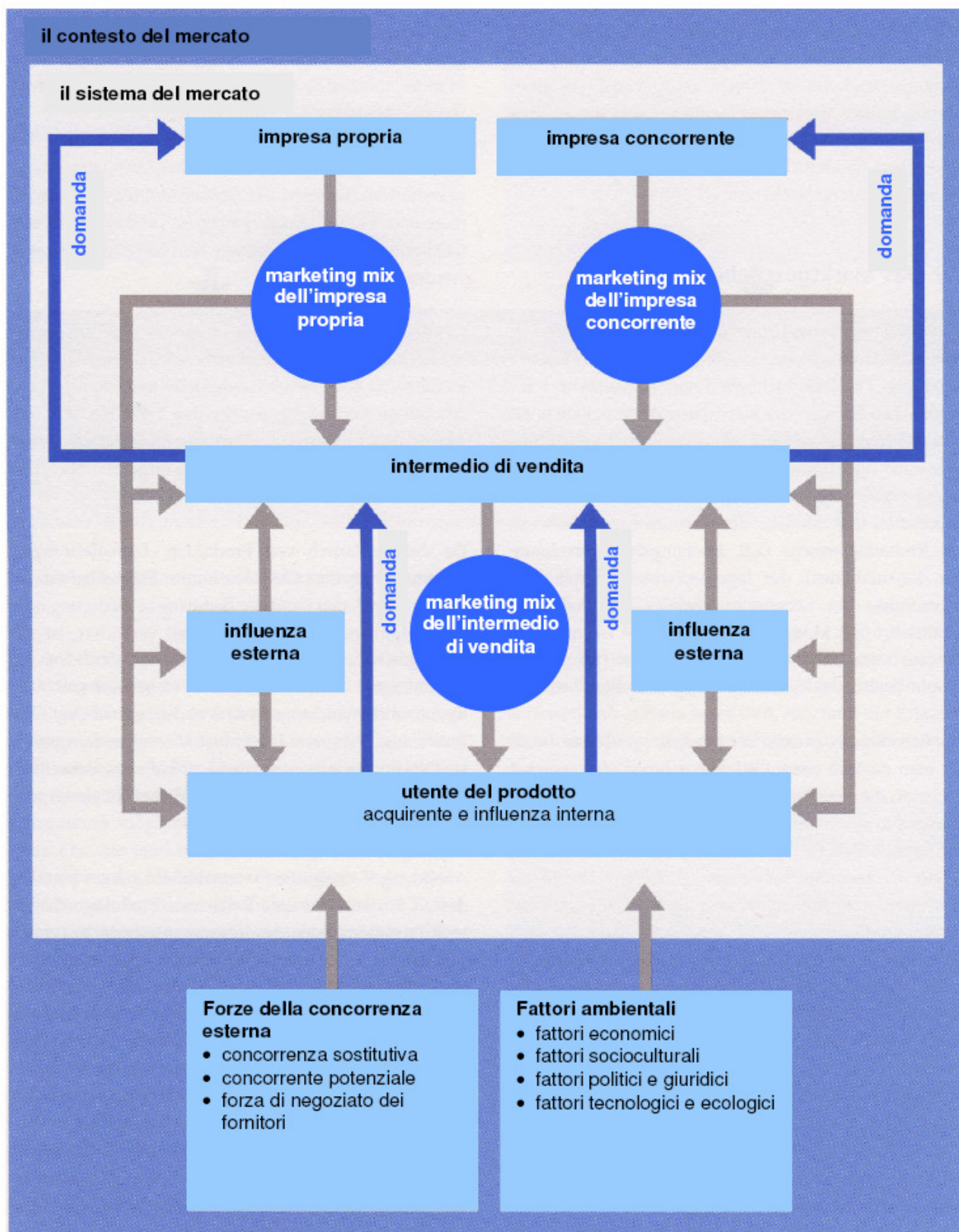
Martin Stalder



## 16. Glossario

|                       |  |
|-----------------------|--|
| Ambito professionale  | Definizione valida per tutti gli influssi sui campi e i processi di lavoro   |
| UFFT                  | Ufficio federale della formazione professionale e della tecnologia   |
| Profilo professionale | Rappresentazione del sistema dei campi e dei processi di lavoro degli Agro-Commercianti  |
| AFC                   | Attestato federale di capacità   |
| ES                    | Ecole supérieures  |
| DFE                   | Dipartimento federale dell'economia  |
| HF                    | Höhere Fachschule  |
| Competenze            | Conoscenze professionali e comprensione specifica nel proprio campo d'attività. Qualifica funzionale e esperienza per adempiere ai compiti assegnati; responsabilità |
| Segmento di mercato   | Nei segmenti di mercato, gli acquirenti potenziali sono differenziati in funzione delle loro caratteristiche   |
| OML                   | Organizzazione del mondo del lavoro  |
| PQ                    | Programma quadro d'insegnamento  |
| SSS                   | Scuole specializzate superiori   |
| Mercato parziale      | Nei mercati parziali, i prodotti sono riuniti in gruppi differenziabili  |
| VET                   | Vocational education and training  |

## Allegato 1: Il mercato come un sistema <sup>1)</sup>



<sup>1)</sup> Tratto dall'opuscolo „Marketing“, © Kühn, Edizioni Werd