

CSR WOMEN OPINION NETWORK

# CSR Smile

MAGAZINE



CSR Smile No. 08 - marzo 2022 -

Scrivono su questo numero:

Rossella Sobrero, *Koinètica - Milano* • Alice Molta, *Impronta Etica - Bologna* •  
Arianna Arizzi, *Maddalena - Povoletto (UD)* • Daniela Di Ciaccio e Veruscka Gennari, *2BHappy - Bologna* •  
Anna Fornasiero, *Idealservice - Pasian di Prato (UD)* • Flavia Gardonio e Nicole Benedet, *Neos Group - Pordenone* •  
Federica Dal Cin, *Elifriulia - Ronchi dei Legionari (GO)* • Serena Zucchet, *Animaimpresa - Udine* •

# il progetto

CSR Smile è un progetto editoriale volto a raccogliere voci di donne sui temi della Responsabilità Sociale d'Impresa.

CSR Smile è uno spazio aperto, un'arena in cui donne, a prescindere dal loro background professionale, possono confrontarsi su temi di RSI raccontando le proprie esperienze, le proprie idee e le problematiche che incontrano quotidianamente nel proprio lavoro. L'obiettivo è quello di disegnare una panoramica di ciò che è l'imprenditoria femminile oggi e individuare come essa possa svilupparsi grazie alla Responsabilità Sociale d'Impresa.

Potremo così creare reti di collaborazione trasversali, fra attrici di diversi contesti, utili allo sviluppo ed all'innovazione della visione della figura femminile nel mondo del lavoro.

CSR Smile si inserisce all'interno del progetto **Sostenibilità a Sistema**, sostenuto dalla **Regione Friuli Venezia Giulia**.

In questo numero, inoltre, ospitiamo un attore nazionale della "Rete delle Reti", **Impronta Etica** di Bologna.

 **animaimpresa**  
BUSINESS DI VALORE



# Sostenibilità a Sistema

## In Friuli Venezia Giulia

## credits

 **animaimpresa**  
BUSINESS DI VALORE

 **Impronta  
Etica**

REGIONE AUTONOMA  
FRIULI VENEZIA GIULIA

Progetto realizzato  
con il contributo  
della Regione Autonoma  
Friuli Venezia Giulia

#AGENDA2030

nibilità  
ema

a Giulia

## Credits

Questa edizione di **CSR Smile** è stata  
realizzata con il gentile contributo di:



calligaris

MEP

con il supporto di:



REGIONE AUTONOMA  
FRIULI VENEZIA GIULIA



# indice

05

## editoriale

*Gap di genere e professioni tech: dall'equità sociale all'opportunità per l'intero sistema*  
a cura di Animaimpresa



*Connessioni sostenibili*  
a cura di Rossella Sobrero

*Rischi e scenari: strumenti e opportunità per l'impresa*  
a cura di Alice Molta

*La Sostenibilità è donna!*  
a cura di Arianna Arizzi

*La Felicità come leva strategica per generare impatto e costruire Organizzazioni Positive*  
a cura di Daniela Di Ciaccio e Veruscka Gennari

*Persone e talenti al centro: il percorso di Idealservice*  
a cura di Anna Fornasiero

*OK Boomer!*  
a cura di Flavia Gardonio e Nicole Benedet

21

*Volo nella felicità aziendale. L'esperienza di Elifriulia*  
a cura di Federica Dal Cin

*Tanti auguri all'azienda del cuoio di Porcia!*  
a cura di Serena Zucchet

08

11

12

14

16

18

23

# editoriale

a cura di ANIMA IMPRESA

*Gap di genere e professioni tech: dall'equità sociale all'opportunità per l'intero sistema*

*Close the gap: tema di equità sociale o necessità contingente?*

**Tecnologia**, in particolare legata al digitale, e **Sostenibilità** certamente stanno modellando il presente e definiranno ancor più il futuro.

Gli effetti sulla domanda di professioni legate a questa transizione si stanno già facendo sentire. Ci attende una vera e propria chiamata alle armi sul fronte dei mestieri ad elevata specializzazione per raggiungere i traguardi di **Agenda 2030**.

In questo scenario, il ruolo femminile non si è pienamente espresso. Secondo Eurostat, fra le principali occupazioni legate all'innovazione digitale - ad esempio sviluppo di software e system analysis - troviamo solo il 17% di donne. Maggiormente presenti in campi fondamentali per la sostenibilità quali le scienze ambientali - rappresentano il 47% - sono un'esigua minoranza nelle professioni ingegneristiche a supporto dello sviluppo sostenibile (20%).

Non si tratta unicamente di un problema di equità sociale ma di un obiettivo da perseguire per il beneficio dell'intero sistema. Oltre al **gap di genere**, infatti, vi è un generale squilibrio tra domanda e offerta di posizioni lavorative ad elevata specializzazione legate all'innovazione digitale e alla sostenibilità. In parole povere, mancano talenti.

Una delle possibili risposte a questo *shortage* sarà il superamento delle logiche

di selezione e inserimento per "titoli" verso approcci che guardino alle capacità o alla vocazione. Continueranno a rivestire un ruolo importante i programmi di avvicinamento alle discipline STEM, di attrazione dei talenti e di formazione della leadership.

La sfida è doppia, insomma: non solo colmare il gap di genere ma anche riempire un vuoto professionale di cui la Sostenibilità ha tanto bisogno.

Ci sono, però, delle importanti interazioni fra i due fenomeni.

Le aziende che meglio gestiscono la diversità sono anche quelle che, più di altre, sono capaci di innovare, di attrarre e trattenere persone capaci, di gestire al meglio i team di lavoro. Lo riafferma lo studio "Diversity wins. How inclusion matters" di McKinsey & Company.

Una recente survey pubblicata su The Economic Times, e condotta da The Star in Me, evidenzia una correlazione tra ambienti di lavoro inclusivi e aziende tech. Tra le oltre 700 donne intervistate dalla ricerca, è emerso che il *gender bias* sia decisamente inferiore nei settori tecnologici, più propensi a strutturare piani di pari opportunità e di sviluppo delle carriere.

redazione Animaimpresa

# contributi a cura



Daniela Di Ciaccio e Veruscka Gennari

*Daniela Di Ciaccio e Veruscka Gennari sono founder di 2BHappy Agency, culture company nata nel 2015 con il proposito di realizzare la felicità prima di tutto per tutti. Divulcano la scienza della felicità e delle organizzazioni positive, formano le competenze per l'evoluzione positiva di professionisti e organizzazioni e generano impatto positivo attraverso una comunità di pratica di circa 250 professionisti che stanno portando questi temi nelle aziende ma anche nelle scuole, negli ospedali, nella società. Dal 2019 certificano i Chief Happiness Officer, hanno pubblicato due libri La Scienza delle Organizzazioni Positive, Chief Happiness Officer e sono state speaker al Tedx di Coriano.*



Alice Molta

*Dopo gli studi in Economia ha conseguito una specializzazione in "Management dell'Economia Sociale" all'Università di Bologna. Dopo la laurea ha svolto un periodo all'estero approfondendo la tematica del reporting di sostenibilità, all'interno di GRI. Dal 2019 lavora in Impronta Etica sviluppando competenze e passione verso la tematica della sostenibilità. Impronta Etica è un'Associazione non profit nata nel 2001 per la promozione e lo sviluppo della sostenibilità e della responsabilità sociale d'impresa. Impronta Etica, assieme anche ad Animaimpresa, partecipa al network "Rete delle Reti".*



Federica Dal Cin

*È CEO di Elifriulia helicopter services, azienda di Ronchi dei Legionari (GO) che opera nel mercato elicotteristico italiano da oltre 50 anni. Negli anni, ha ricoperto diverse funzioni, dal marketing alla supervisione della scuola di volo. Nel 2014, a meno di 30 anni, prende le redini dell'azienda e diventa Amministratore Delegato. Da tempo ha intrapreso un percorso per migliorare il clima interno, focalizzandosi sulla felicità in azienda. Dal 2013, inoltre, è impegnata come Consigliere della Giunta della Camera di Commercio di Gorizia, dove spesso viene chiamata a parlare del suo modello di business, incentrato su innovazione, sostenibilità e benessere.*

Rossella Sobrero

*Si occupa di comunicazione sociale e di CSR da 20 anni affiancando alla consulenza l'attività di docenza e di saggistica.*

*Ha fondato Koinetica, prima realtà in Italia dedicata alla CSR. È docente di Comunicazione sociale e istituzionale all'Università degli Studi di Milano e di Marketing non convenzionale all'Università Cattolica. È autrice di libri sulla sostenibilità; organizza Il Salone della CSR e dell'innovazione sociale; ha creato il blog CSR e Dintorni e dato vita al network CSRnatives.*

*Dal 2019 è Presidente di FERPI, Federazione Relazioni Pubbliche Italiana. Da anni è membro del CdA della Fondazione Pubblicità Progresso e del Consiglio Direttivo del Network Sustainability Makers.*



Arianna Arizzi

*Classe 1978, da sempre insegue le sue passioni con la forza e l'entusiasmo che la contraddistinguono. Laureata a pieni voti all'Università degli Studi di Trieste in Scienze della comunicazione, si occupa da oltre 15 anni di marketing e comunicazione in azienda e, a seguito di un percorso di formazione personale in ambito sostenibilità, ha in carico anche la Corporate Social Responsibility di Maddalena Spa all'interno della quale ha introdotto questo importante tema. Già autore de Le Guide dell'Espresso, per diletto, nel 2015 ha ricevuto la Compostela per aver compiuto il Cammino di Santiago.*



Anna Fornasiero

*Classe 1974, di San Daniele del Friuli; dopo la Laurea in giurisprudenza inizia uno stage in Idealservice e ormai da quasi 20 anni si occupa di Risorse Umane all'interno della Cooperativa; attualmente ricopre l'incarico di Vice Presidente di Idealservice ed è Presidente del Settore Produzione e Servizi di Legacoop Friuli Venezia Giulia; il "tutto" sostenuto amorevolmente con allegria, spensieratezza e infinita pazienza da Luca, Alice e Vittoria!*



Serena Zucchet

*Attualmente collabora con Animaimpresa nell'area comunicazione e marketing. L'interesse nei confronti della Sostenibilità, in particolare nel settore moda, nasce a Londra, durante il conseguimento della laurea triennale in Fashion Business, e si consolida a Gorizia, nel corso di laurea magistrale in Comunicazione Integrata per le Imprese e le Organizzazioni, con una tesi sulla Superficialità Sociale d'Impresa.*

*Ha frequentato, inoltre, corsi di formazione in ambito di CSR Management.*

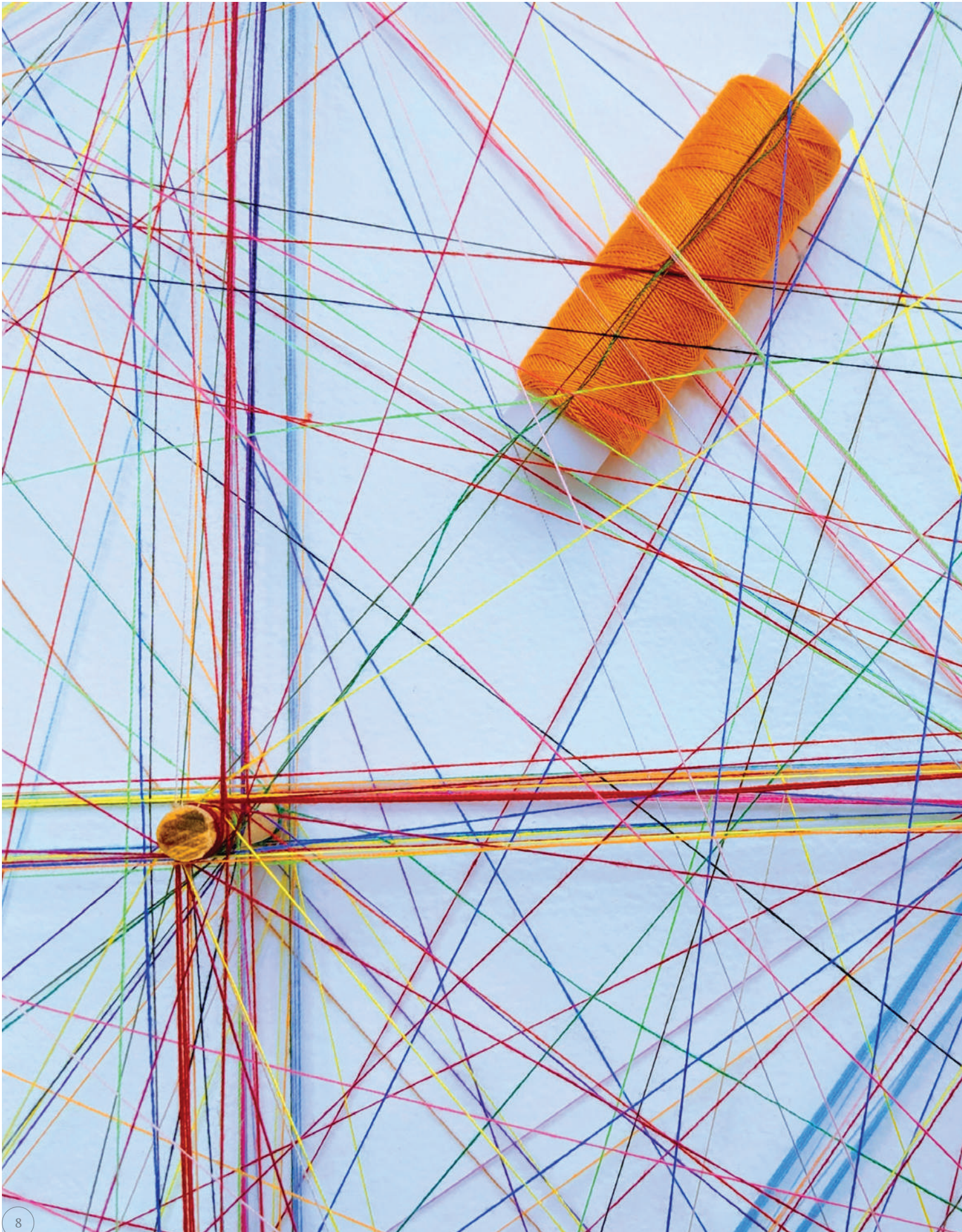


Flavia Gardonio e Nicole Benedet

*Assistenti di Direzione e responsabili dell'ufficio commerciale di Neos Group, associata Animaimpresa dal 2021, e della società collegata Academy. Collaborano nel coordinamento e nello sviluppo dei progetti di responsabilità sociale del Gruppo, ripensando in ottica di sostenibilità le attività di formazione e consulenza organizzativa proposte, per renderle più efficaci e significative.*









# Conessioni sostenibili

a cura di Rossella Sobrero

Un'organizzazione che si dichiara sostenibile non può essere un sistema chiuso ma deve aprirsi alla relazione con gli altri. In particolare le imprese che hanno integrato la sostenibilità nei loro piani strategici sentono il bisogno di confrontarsi con realtà diverse e di partecipare a momenti di **condivisione** e di **networking**.

Da molti anni **Il Salone della CSR e dell'innovazione sociale** e il **Giro d'Italia della CSR** offrono occasioni di confronto utili anche per capire a che punto sono imprese, enti locali, associazioni del Terzo Settore nel percorso verso lo **sviluppo sostenibile**.

Per sottolineare che oltre a confrontarsi è necessario coordinare le strategie e le azioni degli attori sociali Il Salone della CSR e dell'innovazione sociale ha scelto come titolo della 10° edizione **"Conessioni sostenibili"**. Trovare soluzioni efficaci a problemi complessi non è facile: in un mondo sempre più interconnesso bisogna adottare un approccio multistakeholder e multidisciplinare mettendo insieme le competenze e le risorse di tutti.

Con questo spirito è partito nei giorni scorsi da Roma il Giro d'Italia della CSR, un percorso in 10 città che farà tappa a **Trieste il 17 marzo** e si concluderà a Milano con la 10° edizione nazionale in Università Bocconi il 3, 4 e 5 ottobre 2022.

Tutti gli incontri, sia organizzati nei territori sia nell'evento finale, hanno l'obiettivo di **promuovere** un approccio sostenibile al business, **valorizzare** le esperienze delle organizzazioni, **stimolare** l'emulazione virtuosa anche attraverso il racconto di **esperienze** di eccellenza.

Nel corso delle sue dieci edizioni, il Salone è stato specchio di cambiamenti significativi che riguardano le persone e le organizzazioni e ha visto crescere la capacità di fare rete tra i diversi attori sociali. Oggi le organizzazioni responsabili sono impegnate in interventi a favore degli stakeholder ma sono anche più aperte e capaci di coinvolgere i propri pubblici interni ed esterni. Cresce infatti la consapevolezza che solo quando un'organizzazione è aperta e dialogante migliora la propria reputazione e gli asset intangibili considerati sempre più importanti anche dagli investitori.







# Rischi e scenari: strumenti e opportunità per l'impresa

## Pubblicato il documento che riassume i risultati del Laboratorio organizzato da Impronta Etica

a cura di Alice Molta

Impronta Etica ha recentemente pubblicato un documento che raccoglie e presenta gli esiti del Laboratorio tra Soci "Rischi e scenari: strumenti e opportunità per l'impresa". Il Laboratorio, organizzato da Impronta Etica con il supporto metodologico di SCS Consulting, ha avuto l'obiettivo di supportare le imprese socie nell'approcciare o rafforzare percorsi di **identificazione e gestione dei rischi** e degli scenari di lungo periodo.

L'attuale contesto macroeconomico sta sempre più evidenziando una crescente attenzione in materia di gestione dei rischi, soprattutto con riferimento ai rischi "ESG". Secondo il Global Risks Report, elaborato dal World Economic Forum, negli ultimi anni la natura dei rischi si è profondamente trasformata, evolvendosi dall'ambito economico-finanziario verso trend-topic legati all'ambiente e al sociale. Il livello di complessità e di interconnessioni tra le diverse aree - economico, ambientale e sociale - è elevatissimo e in aumento. In un contesto come quello attuale in continua evoluzione, le aziende si confrontano quotidianamente con la **complessità, l'incertezza e la volatilità dei risultati**, provando di cogliere in anticipo i segnali di cambiamento. Inoltre, la comunità finanziaria e tutti gli stakeholder sono sempre più demanding, essi infatti si aspettano che le imprese siano in grado di prevedere, analizzare e gestire i rischi, comunicando con trasparenza i propri obiettivi e risultati.

In altre parole, l'esistenza e la resilienza nel medio-lungo termine di un'organizzazione dipendono sempre più dalla capacità di anticipare e rispondere ad una complessa rete di

rischi interconnessi. Ma quali sono le modalità di gestione dei rischi che un'organizzazione può adottare? Durante il Laboratorio, sono stati identificati tre possibili approcci per la gestione dei rischi collegati ai fattori ESG:

- **Modello integrato** caratterizzato da meccanismi di coordinamento tra sostenibilità e risk management
- **Modello risk management oriented** con focus principale sul risk management
- **Modello sustainability oriented** con focus principale sulla sostenibilità

I Soci di Impronta Etica si sono confrontati rispetto la loro situazione attuale per poi focalizzarsi sulle principali sfide che le aziende devono affrontare per rafforzare i propri percorsi di identificazione e gestione dei rischi. Durante gli incontri sono state inoltre identificate alcune possibili leve da implementare per attrezzarsi al meglio al cambiamento e, in modo particolare, ci si è focalizzati su alcuni aspetti come la creazione di una **cultura aziendale** caratterizzata da un forte **commitment** all'interno dell'organizzazione, l'attivazione di azioni e processi concreti e coerenti e che quindi possano dare evidenza dei benefici raggiunti e, infine, l'accesso a giuste e **aggiornate competenze** per approcciare in maniera efficace il tema.

È possibile consultare il report che raccoglie e presenta gli esiti del Laboratorio al link: [tinyurl.com/2e5smsht](https://tinyurl.com/2e5smsht)

# La sostenibilità è donna!

a cura di Arianna Arizzi

La sostenibilità è donna!

O meglio, il professionista della sostenibilità è donna nel 62% dei casi e ben nel 70% se si osservano i professionisti tra 25 e 40 anni. Il **CSR Manager** è un innovatore che attraverso il suo ruolo complesso e sfaccettato accompagna l'azienda verso il **cambiamento**. Ha un elevato livello di formazione multidisciplinare, spiccata impronta manageriale ed un'esperienza lavorativa consolidata, conferita anche dall'età, per lo più superiore ai 40. Come persona e professionista, mi ritrovo concretamente in questa fotografia - scattata da Altis, Università Cattolica di Roma - e ritengo che la sostenibilità, come noi donne, trovi riscontro in almeno queste 3 parole chiave: **concretezza, lealtà, lungimiranza**.

*Marketing & Sostenibilità: binomio vincente*

Un giorno mi sono imbattuta nell'illuminante video di Emilie Wapnick che in pochi minuti ci solleva, a cuor leggero, dal rispondere all'odiata domanda che viene spesso posta ai bambini: "Cosa vuoi fare da grande?". Appurato di essere una figura multipotenziale ho scandagliato al massimo le mie passioni ed i miei interessi e grazie ad Animaimpresa - che seguo con attenzione dalle sue prime orme - ho intrapreso un percorso formativo orientato alla Responsabilità Sociale di Impresa che mi ha aperto un mondo che fin da subito è stato per me di grande interesse! Così, accanto alle competenze acquisite in oltre 15 anni di esperienza in ambito marketing e comunicazione, ho approfondito la sostenibilità come elemento fondamentale da applicare in azienda e ho compreso che integrare le quattro dimensioni della CSR (economica, sociale, ambientale e di Governance) all'interno del piano di sviluppo aziendale, avrebbe rappresentato per me una sfida ambiziosa da porre al CdA di un'azienda storica e strutturata come **Maddalena Spa**.





### *Dalla sostenibilità inconsapevole ad una strategia di valore*

Ho avuto la fortuna di poter osservare, con un bagaglio di strumenti a mia disposizione, una realtà aziendale con oltre 100 anni di storia che aveva messo in atto moltissime azioni sostenibili, senza tuttavia comunicarle come tali. Con tenacia e passione ho innescato così un circolo virtuoso che ha portato, in meno di un anno, dall'analisi dell'impegno di Sostenibilità aziendale all'ottenimento della **certificazione SA8000**. Il 2021 ha rappresentato anche l'anno del conseguimento del primo **rating ESG Silver Ecovadis** nonché del prestigioso **Sustainability Awards** che ha collocato Maddalena Spa nella classifica delle 100 realtà top per la sostenibilità su Forbes. Poter lavorare oggi concretamente sulla sostenibilità permette di cimentarmi con un tema che sta evolvendo in modo sorprendente e ho la sensazione, nel mio piccolo, di poter dare un contributo di valore allo sviluppo sostenibile del nostro pianeta.

#### *Prossimi passi?*

Certamente il primo Bilancio di sostenibilità da redigere insieme ad Animaimpresa per porre attenzione alle performance di sostenibilità che impattano sempre più sugli aspetti economici e sulle scelte strategiche dell'impresa. E continuare ad investire sulla mia persona e coltivare nuove passioni, perché credo nel fatto che coloro che inseguono i propri sogni ad occhi aperti, fanno sì che si avverino.

## La Felicità come leva strategica per generare impatto e costruire Organizzazioni Positive

a cura di Daniela Di Ciaccio e Veruscka Gennari

2BHappy Agency è una **“culture company”** nata nel 2015, con il proposito di realizzare la **felicità** prima di tutto, per tutti. Dopo dieci anni trascorsi a supportare le aziende, in processi di sviluppo personale e organizzativo, ci siamo rese conto che mancava qualcosa per sentire che il lavoro fatto davvero stava producendo il cambiamento profondo desiderato, ovvero luoghi di lavoro sani, sicuri, capaci di far fiorire le persone e prosperare il business, in maniera armonica e sostenibile. Quello che accadeva, invece, dopo i nostri percorsi di formazione o consulenza, era che le persone lasciavano le aziende. All'aumento di consapevolezza su bisogni, valori e proposito personale che “innesavamo”, spesso le organizzazioni, indipendentemente dalle dimensioni, non erano in grado di rispondere, con azioni coerenti e in grado di valorizzare e quindi trattenere le persone.

Molti anni prima del termine **“great resignation”**, ci siamo fermate e rimesse a studiare per intercettare nuovi paradigmi e strumenti capaci di incidere sul necessario e urgente cambiamento delle organizzazioni. L'85% dei lavoratori del mondo è demotivato, 40 milioni di lavoratori europei soffrono di stress, 11 milioni fanno uso di psicofarmaci. Il lunedì mattina la possibilità di avere un attacco cardiaco aumenta del 20%, il 64% dei lavoratori dichiara che preferirebbe cambiare capo piuttosto che avere un aumento di stipendio. Oggi, grazie alla scienza della felicità - che ha dimostrato che la felicità non è solo un'emozione ma una **competenza** che possiamo allenare, come persone e come sistemi - sappiamo

il perché di questi effetti e come possiamo cambiarli.

I modelli mentali con cui abbiamo costruito il mondo del lavoro e delle relazioni (“prima il dovere e poi il piacere”, “comanda e controlla”, “conta di più ciò che fai invece di ciò che sei”, “sono fatto così non posso cambiare alla mia età” o anche l'utilizzo della pressione costante sui risultati come leva per la motivazione...) non funzionano più. Servono aziende capaci di promuovere il **bene comune**, di valorizzare l'**intelligenza collettiva** e di generare **impatto sociale**.

Queste aziende esistono già, anche in Italia. Abbiamo iniziato ad analizzarle e mapparle, definendole **Organizzazioni Positive**. L'Org+ è un luogo in cui le persone evolvono in relazione con altre, in cui si favorisce una cultura del lavoro guidata da un proposito capace di promuovere il bene comune e generare impatto sociale. Un'Org+ sa che il profitto non può essere raggiunto a discapito del bene delle persone. Inoltre, le Org+ disegnano e implementano strutture, processi e pratiche coerenti ed eque, che generano **benessere** e felicità, riducono le gerarchie, aumentano i gradi di **libertà** e favoriscono il passaggio da una visione del lavoro egosistemica a una ecosistemica. Le Org+ sono un modello culturale fondato sui principi della **Scienza della felicità**. Sono realtà di ogni settore e dimensione, che attraverso questo focus sulla generazione di impatto positivo verso tutti gli stakeholders realizzano risultati di business extra-ordinari: +300% di innovazione (HBR), +31% di vendite (S. Achor), +44% di retention



(Gallup), + 37% di produttività (S.Achor). Possiamo citare a titolo di esempio Mondora, Servizi CGN, Zeta Service, Biogen, eFM.

Per consentire la condivisione e diffusione degli approcci, degli strumenti e dei metodi che le Org+ adottano per creare luoghi di lavoro sani, sicuri, felici e produttivi, abbiamo ideato la **certificazione in Chief Happiness Officer**. Il Chief Happiness Officer, non è una figura che si aggiunge agli HR manager, agli esperti di welfare, wellbeing o a chi si occupa di responsabilità sociale, ma un professionista interno all'azienda che sceglie di aggiornare le proprie competenze per fare della

felicità una strategia organizzativa coerente allineando cultura, comportamenti, stili di leadership, processi e pratiche in modo da realizzare vantaggi sostenibili e durevoli sia per il benessere delle persone sia per i risultati di business. E' il nostro moltiplicatore d'impatto: più Chief Happiness Officer avremo nelle organizzazioni italiane, più sarà onorato il nostro proposito.

[www.2bhappy.it](http://www.2bhappy.it)

[www.chiefhappinessofficer.it](http://www.chiefhappinessofficer.it)





# Persone e talenti al centro: il percorso di Idealservice

a cura di ANNA FORNASIERO

Idealservice negli ultimi anni ha messo in atto una precisa politica di gestione e **sviluppo delle Risorse Umane** orientata al **People Management**, consapevole che sono le persone con i loro comportamenti e la loro energia le principali fonti di vantaggio competitivo delle moderne organizzazioni, a maggior ragione in una Cooperativa.

Si è deciso quindi di strutturare un sistema di Sviluppo delle risorse umane che si basa sull'attribuzione a ciascuna risorsa di una specifica **Job Description** che descrive attività, responsabilità, competenze tecniche e trasversali necessarie a svolgere al meglio il proprio ruolo all'interno dell'organizzazione.

Il momento di attribuzione della Job Description è un'occasione di confronto in cui la risorsa, il responsabile di riferimento e la funzione HR condividono le reciproche aspettative e identificano possibili aree di miglioramento.

A partire da questo momento ogni persona lavora al proprio personale percorso di sviluppo supportata da specifici **percorsi formativi** finalizzati ad accrescere competenze tecniche e trasversali.

Con cadenza annuale il momento di confronto si ripete per fare insieme un bilancio su quello che è stato lo svolgimento delle attività e l'esercizio delle responsabilità assegnate, ma soprattutto per individuare nuovi obiettivi di crescita all'interno dell'organizzazione e riconoscere e valorizzare i talenti, fornendo

opportunità di apprendimento e sviluppo senza disparità.

Le **competenze trasversali**, in particolar modo, sono considerate dalla Cooperativa assolutamente fondamentali per lo sviluppo del singolo e l'evolversi dell'organizzazione.

Per tale motivo si è deciso di elaborare un **"Competence Book"** di Idealservice, un documento che descrive i comportamenti virtuosi che nel tempo hanno consentito all'azienda di crescere e che sono ancora oggi attuali, arricchiti da nuove e più moderne competenze.

**Autorealizzazione, Imprenditorialità e Innovazione** sono i tre gruppi (cluster) in cui è suddiviso il Competence Book.

Ciascun cluster è descritto attraverso una serie di comportamenti che lo contraddistinguono (driver), con esempi concreti e suggerimenti che consentono di collegare ogni competenza all'esperienza quotidiana e di passare dalla teoria alla pratica, giorno dopo giorno.

I driver individuati sono 9:  
**Orientamento ai valori, Autoefficacia, Comunicazione efficace, Organizzazione dei processi di lavoro, Leadership, Gestione e sviluppo delle persone, Collaborazione e team working, Creatività e proattività, Problem Solving.**

In Cooperativa l'accrescimento e la condivisione delle proprie competenze insieme alla capacità di accogliere i talenti degli altri, è ritenuto uno

strumento fondamentale per la realizzazione dei singoli, ma anche per consentire al gruppo di diventare una vera **comunità**, un unico grande organismo che è più della somma delle parti che lo compongono e che, anche grazie alle competenze, può continuare a raggiungere nel tempo grandi risultati.







# OK Boomer!

a cura di Flavia Gardonio e Nicole Benedet

Nel 2020 Treccani ha inserito tra i neologismi la parola “**boomer**”, che identifica in maniera ironica e sprezzante una persona portatrice di un modo di pensare e agire antiquato.

In particolare, si definisce così la generazione nata nel primo ventennio successivo alla Seconda Guerra Mondiale, quando l'incremento demografico ha fatto parlare di “baby boom”. Ci riferiamo quindi a persone con età dai 55 ai 75 anni (più di 15 milioni, secondo l'ultimo censimento), caratterizzate da una certa ottusità su materie politiche, sociali e tecnologiche, poco inclini a prendere in esame punti di vista opposti ai loro, specialmente se proposti da persone con meno esperienza di lavoro e di vita, ovvero dalla modernissima Gen Z.

Il **dialogo intergenerazionale** presenta sempre criticità, derivanti dal consolidamento di abitudini e convinzioni difficili da smantellare, se non con il contributo di tutte le parti coinvolte. Da una parte i “baby boomers” consapevoli della propria storia, dei sacrifici e delle abilità acquisite per autoaffermarsi. Un gruppo che ha tanto da insegnare e che pretende di farlo, ma con la convinzione che la platea sia indifferente e non in grado di capire; dall'altra i “millennials”, apparentemente disinteressati alla vita e alle problematiche reali perché totalmente immersi nei mondi digitali a loro così familiari. Facendo sentire la propria voce e le proprie idee, vogliono confrontarsi con persone più grandi e dimostrare di saperlo fare, avendo tuttavia la netta percezione di essere costantemente sottovalutati.

In questo stallo, per fortuna, si possono trovare dei punti di incontro!

Neos Group, attraverso la propria Academy ([info@academy.pn.it](mailto:info@academy.pn.it)), propone il **Progetto Maestri**: un percorso formativo e di intermediazione in azienda per favorire lo scambio proficuo di conoscenze e competenze tra figure senior e nuove leve; i lavoratori più giovani saranno accompagnati in un percorso che, attraverso il riconoscimento dell'autorevolezza e dell'esperienza diretta delle figure con maggiore anzianità, permetterà loro di acquisire autonomia e destrezza nello svolgimento delle proprie mansioni.

Il buon esito è determinato in primis dall'atteggiamento che i due gruppi assumono: allentamento delle reciproche posizioni, disponibilità a mettersi in discussione e **ascolto attivo ed empatico** possono far riconsiderare ad entrambi il proprio pensiero e quello degli altri: non avversari, ma alleati coi quali collaborare per mettere al servizio della società, del territorio, e del mondo del lavoro le rispettive capacità.

E forse le paternali diventeranno consigli, e forse i giovani avranno meno occasione di rispondere, sbuffando, “OK boomer!”. Forse!







# Volo nella felicità aziendale L'esperienza di Elifriulia

a cura di Federica Dal Cin

Nel corso del 2020 mi sono accorta che qualcosa non andava, non ero felice: volevo dare una possibilità a me e alle persone con cui lavoro ogni giorno di essere felici.

Per questo motivo mi sono iscritta al corso per CHO **Chief Happiness Officer**, certificazione che mi ha stimolato a portare dei **cambiamenti** all'interno della mia azienda.

Elifriulia S.p.A. è un'azienda di 50 anni: io faccio parte della terza generazione. Il settore è quello aeronautico di trasporti ed effettuiamo servizi a supporto della comunità, come elisoccorso, scuola volo, manutenzione e lavoro aereo. Si tratta di un mercato di oligopolio, in cui 50 anni di esperienza hanno i loro pro e contro. Come pro, vi è sicuramente il grande **know how** del management, presente da 40-50 anni in azienda. Di contro, senza un leader che introduca dei cambiamenti, la cultura rimane la stessa degli anni '70, ovvero con un'unica persona al comando, molto direttiva.

Eravamo arrivati ad un punto in cui critiche e lamentele erano all'ordine del giorno, con una grande rigidità da parte di tutti. Ho cercato di far diventare Elifriulia un'organizzazione positiva tramite diversi step. Dopo aver dichiarato a tutta l'azienda la necessità di creare maggiore armonia e benessere, siamo partiti con la raccolta di feedback anonimi da parte di tutti i collaboratori, invitandoli ad esprimere consigli e suggerimenti. Le richieste comuni erano quelle di una maggiore comunicazione ed una definizione più strutturata dei ruoli e delle responsabilità.

Per migliorare la comunicazione abbiamo organizzato alcuni incontri con tutto il management per approfondire tematiche di **comunicazione positiva, feedback, emozioni, intelligenza emotiva, assertività e leadership**. Tutto ciò grazie a Maria Gabriella La Porta e Furio Zamboni, consulenti esterni con una grande esperienza concreta sulle organizzazioni positive.

Abbiamo poi iniziato ad organizzare alcuni incontri online per condividere gli strumenti acquisiti durante i corsi di comunicazione, utilizzando un **linguaggio propositivo e concreto**.

Gli strumenti imparati al corso CHO sono stati di gran supporto: avere al mio fianco consulenti esterni, con esperienze in altre aziende, mi è stato di grande aiuto per gestire il **cambiamento culturale**, motivando me e il gruppo del management nei momenti di sconforto.

Per quanto riguarda i comportamenti devo dire che in generale si respira un'aria migliore: i collaboratori hanno compreso l'importanza del **NOI**. Un esempio concreto sono le Task Forces che abbiamo creato: gruppi di volontari con idee concrete per migliorare l'azienda e il servizio che propone.

Nei prossimi mesi continueremo il percorso di coaching intrapreso e avremo il supporto di una nuova risorsa, anche questa CHO, che ha il compito di rivedere i processi HR alla luce dell'organizzazione positiva.

In parallelo si sono rafforzati i già elevati sensi di orgoglio ed appartenenza, responsabilità e motivazione.

Ho già chiari i segnali che stiamo andando nella **direzione giusta**.

*L'esperienza di Elifriulia sarà raccontata in profondità nella seconda edizione del libro Chief Happiness Officer. Il futuro è delle Organizzazioni Positive, di D. Di Ciaccio e V. Gennari, edito da Franco Angeli e in uscita a Giugno.*



# Tanti auguri all'azienda del cuoio di Porcia!

a cura di Serena Zucchet

## HA FUTURA MEMORIA

Tre parole che racchiudono il passato, il presente e il futuro della Conceria Pietro Presot e che oggi galleggiano maestose sul lago dell'azienda.

In occasione del **90° anniversario** dalla fondazione di una realtà d'eccellenza nel panorama dell'artigianato italiano, **Achille, Eugenia e Federico insieme ad Ulisse Presot** hanno voluto omaggiare la Comunità di Porcia con un'installazione colma di significati, commissionata ad un artista delle parole, il pordenonese **Matteo Attruia**.

*“Per questi novant'anni abbiamo voluto sviluppare un progetto che riesca a trasmettere la nostra voglia di mantenere intatta la sostanza del nostro Essere. Un progetto per festeggiare un traguardo, ma anche un segno di gratitudine verso la Comunità che ci ospita”.*

Dal 1932, la Conceria produce un cuoio unico nel suo genere, sapientemente e naturalmente conciato, senza utilizzare sostanze chimiche, dal colore caldo e dal caratteristico profumo di legno. Un prodotto che, da un piccolo comune friulano, ha valicato i confini regionali e nazionali, raggiungendo le vette più alte, come quella del monte K2, senza mai dimenticare le sue origini, i valori e la tradizione.

La sera dello scorso 1° marzo, la famiglia, gli amici, le Istituzioni e la Comunità si sono riuniti nel cortile dello stabilimento di Via Cartiera per abbracciare e celebrare la famiglia Presot, dimostrando affetto e stima nei confronti di un'attività che guarda al futuro mantenendo ben salde le radici nel territorio in cui opera.

La Conceria Pietro Presot è una piccola eccellenza del nostro territorio, che dimostra come con sensibilità, impegno, passione e un forte senso di responsabilità, si possa guardare oltre, generando un Valore inestimabile per le persone e il territorio.





*Il presente, il futuro e il passato della Conceria Pietro Presot artisticamente riassunti nell'installazione galleggiante di Matteo Attruia a Porcia (Pordenone).*

---

# CSR Smile



© Animaimpresa, 2022

