

“L’IMPRESA È UN SOGGETTO SOCIALE: SIAMO CUSTODI DI BENI, PERSONE, COMUNITÀ”

Intervista ad **ADRIANO TARTAGLIA**, HR Director di Ferrarelle Società Benefit

Di Francesco Limone

PER LA RUBRICA The Human Factor, in collaborazione con Digit'Ed, intervistiamo Adriano Tartaglia, Hr Director di Ferrarelle Società Benefit, con cui abbiamo risuonato in una rinnovata narrazione dell’azienda come soggetto sociale, e di una leadership diffusa fatta della capacità di fare le domande giuste, anche quando sono impopolari.

Negli Stati Uniti c’è molta divisione e discussione sugli obblighi o meno delle imprese in termini di sostenibilità. E recentemente in Europa sono stati rivisti i criteri sulla rendicontazione dell’impatto da parte delle imprese. Qual è il posizionamento su questi temi di un’azienda nata dal territorio e che manifesta ancora una forte connessione con esso? Siamo una media impresa italiana,

profondamente radicata nel territorio, e sentiamo la responsabilità di contribuire ad una rinnovata narrazione sul senso dell’impresa stessa. Un’impresa intesa non solo come luogo di produzione di valore economico, ma come spazio di relazioni, cura e costruzione di senso. Le persone rappresentano da sempre il nostro centro. Mettiamo in campo azioni concrete per promuovere il benessere: programmi di welfare, sportello psicologico, percorsi di ascolto, iniziative di formazione su temi sociali e culturali, oltre ad un impegno costante verso la comunità esterna, come il sostegno alla ricerca

Digit'Ed è il polo di riferimento in Italia per la formazione delle imprese e uno dei maggior player a livello europeo con oltre 400 professionisti, 13 sedi in tutta Italia, più di 5.000 aziende clienti e un network di 1.300 docenti di estrazione manageriale e accademica.

Scopri di più

scientifica con il Tigem – Telethon Institute of Genetics and Medicine, con sede a Pozzuoli o il supporto ai Punti Luce di Napoli insieme a Save the Children.

L’impresa deve interrogarsi sul proprio ruolo nelle sfide che la società stessa vive nella sua esistenza. Viviamo una fase storica segnata da un crescente individualismo, che rappresenta un tema critico per la tenuta sociale e per il benessere organizzativo che invece dovrebbe portare con sé i valori della comunità, dell’inclusione e del riconoscimento dell’altro come diverso da sé. È proprio da questi valori che bisogna costruire.

Qual è la tua visione del rapporto fra l’impresa e la comunità di persone che vive già nell’impresa stessa? E qual è il ruolo che gioca l’azienda nella vita delle persone, oltre ad offrire loro uno stipendio per la vita che vivono fuori?

Le aziende non sono chiamate a dire alle persone cosa fare, come vivere; possono però diventare luoghi di ascolto, di continuità relazionale, di sicurezza psicologica. Spazi in cui si cresce non solo come professionisti, ma come persone. Noi crediamo che la vita in azienda sia fatta di crescita, partecipazione e sviluppo.

In questa direzione, abbiamo costruito programmi che mettono al centro la cultura prima ancora della professione. Percorsi sulle differenze generazionali e di genere, sugli stereotipi, sui cambiamenti ambientali e sociali. Ad esempio, uno degli ultimi programmi ha previsto la realizzazione di un webinar online in occasione della Giornata mondiale della salute mentale, coinvolgendo il nostro partner Stimulus per approfondire un tema molto attuale, quanto com-





Adriano Tartaglia,
Hr Director di Ferrarelle
Società Benefit

plesso e sfaccettato, ovvero quello del caregiving. Rafforzando al contempo uno sportello psicologico aperto a tutti i dipendenti.

In che modo tutto questo va oltre il 'people management' e diventa sviluppo sostenibile ed impatto, progresso, per la società più ampia? In che modo entra lo stile di leadership su questo?

Se imparassimo a lavorare su ciò, cambierebbe la narrazione sul lavoro anche a casa. Diventerebbe una narrazione positiva, capace di generare benessere e non tossicità sia dentro che fuori dall'azienda. È proprio da queste considerazioni che nasce l'idea dell'azienda come un soggetto sociale, un vero e proprio attore che può contribuire attivamente al miglioramento della società e alla costruzione, o ricostruzione, di una

coscienza sociale condivisa.

Allora comprendiamo che per la vita d'azienda servono anche altre lenti ed altri approcci. Servono 'filosofi': individui con il coraggio dell'impopolarità, con la capacità di interrogare i modelli esistenti.

Questo richiama una riflessione profonda sulla leadership: con quali criteri scegliamo oggi i nostri leader? Per troppo tempo le organizzazioni hanno scelto i manager sulla base dei loro risultati, privilegiando modelli di leadership fondati sulla disponibilità totale al lavoro, prevalentemente maschili. In alcuni casi, è stata premiata l'arroganza, confondendola con la forza e questi modelli si sono poi autoriprodotti per similitudine. Oggi, però, la competenza fondamentale è un'altra. In Ferrarelle crediamo che il ruolo del manager sia prima di tutto quello di sviluppare le persone e di

creare un ambiente di lavoro sereno, stimolante e generativo. I manager sono i gangli dell'organizzazione, il suo tessuto connettivo. Da loro dipendono la qualità delle relazioni, il clima aziendale e la possibilità per le persone di esprimere il proprio potenziale. Per questo sono chiamati a lavorare sull'ascolto, sulla qualità della restituzione del feedback, sulla comunicazione: in sintesi, sul modo in cui si prendono cura delle altre persone. La nostra società ha da sempre questa visione, interpretando sé stessa come strumento di filantropia e di responsabilità sociale. Il valore e l'importanza di essere oggi una società benefit è proprio quello di rendere strutturale questa scelta: porre attenzione alle persone e alla comunità, riconoscendo che il valore economico è inseparabile dal valore sociale che l'impresa è in grado di generare. Questo orientamento si traduce in impegni concreti, come le attività di volontariato realizzate insieme al Fai - Fondo per l'Ambiente Italiano, e le iniziative di tutela e conservazione del patrimonio culturale ed ambientale, per generare un impatto positivo e restituire concretamente qualcosa al territorio e alle comunità dove operiamo.

In fondo noi nasciamo come custodi di un bene naturale, essenziale per la vita: l'acqua. La cura delle persone, dell'ambiente e del territorio è inscritta nella nostra identità. È questa cultura dell'impresa che vogliamo preservare e diffondere. ■

**Professore 24ORE Business School,
Co-Founder Humanistic ESG società
benefit*