

STRATEGIE

Colgate-Palmolive Italia ha presentato lo scorso 25 marzo a Milano i risultati di "Becoming the Best Place to Work". Il programma di iniziative si inserisce in un ampio progetto dedicato alle risorse umane che parte da quattro valori aziendali: il *Caring*, ovvero il prendersi cura delle persone; il *Global Teamwork*, l'orgoglio di far parte di un team; il *Continuous Improvement*, il tendere al continuo miglioramento e il *One Colgate Europe*, cioè un unico modo di gestire e pensare l'azienda nel continente europeo. "Best Place to Work" è stato lanciato, a livello mondiale, nel 2000 diventando subito uno dei 3 pilastri strategici aziendali insieme a *Driving Growth* (guidare la crescita) e *Funding Growth* (sostenere la crescita).

Quattro anni di risultati

Nell'attuazione del programma, Colgate-Palmolive coinvolge tutte le sue risorse umane a partire dal board dei direttori, fino agli operai. Due sono gli strumenti utilizzati: il *Best Place to Work Team* e le *indagini di clima*. Il primo è un team dedicato, composto da 10 dipendenti provenienti da diverse funzioni e da differenti livelli. Ha il ruolo di ascoltare suggerimenti e idee, fornire risposte concrete, implementare le iniziative e intervenire nelle aree critiche emerse dalle tre indagini di clima finora effettuate: due interne alla società - la "Best Place to Work survey" nel 2002, ripetuta nel 2004 - e una esterna, la "Great Place to Work survey" nel 2003, dove Colgate-Palmolive Italia ha ottenuto il 6° posto nella graduatoria delle migliori 100 società italiane dove lavorare. Colgate-Palmolive ha, innanzitutto, dato vita a una serie di processi di sviluppo che riguardano le valutazioni formali delle performance, la discussione di piani di carriera individuali e la possibilità di

COLGATE-PALMOLIVE

"Becoming the Best Place to Work": motivare le risorse umane per migliorare il business



L'AZIENDA

Colgate-Palmolive, in Italia dal 1927, è una multinazionale leader nella produzione e commercializzazione di prodotti per l'igiene orale e della persona con i marchi Colgate, Palmolive e Nidra, la cura della casa con Ajax e Fabuloso, la detergenza dei tessuti con Soflan e, con il marchio Hill's Pet Nutrition, di alimenti per gli animali domestici.

LA SOLUZIONE

Dal 2000, Colgate-Palmolive ha avviato, negli 82 Paesi dov'è presente, il programma *Becoming the Best Place to Work*, con l'obiettivo di fare dell'azienda il migliore posto in cui lavorare.

I VANTAGGI

I risultati più eclatanti sono: una diminuzione del turnover dal 6,7% del 2001 al 2,8% del 2003; 45.000 ore di training nel 2003; 70 passaggi interfunzionali negli ultimi tre anni, 100% di impiegati e manager ha una discussione formale sulla performance, +60% delle persone negli ultimi 4 anni hanno avuto bonus.

passaggi interfunzionali. Per far crescere professionalmente i propri dipendenti, l'azienda ha avviato una serie di corsi mirati - circa 50 - tutti effettuati da trainer interni all'azienda, per un totale di 45.000 ore di training, pari a 53 ore per persona, nel 2003. Per premiare i dipendenti mi-

giori, Colgate-Palmolive ha creato iniziative quali "You can make a difference", dove competono le idee nuove in grado di generare benefici per tutta l'azienda, ed "Excellence Award Program", destinato ai dipendenti che dimostrano abilità e impegno particolare nelle situazioni critiche.

I vincitori vengono premiati nel corso di riunioni plenarie, oltre che intervistati per la newsletter aziendale. La comunicazione interna è infatti molto importante per l'azienda e risulta facilitata, oltre che da incontri formali e informali, dal sito Internet, dalla rete Intranet, dalle bacheche e dalla posta elettronica. Mentre eventi come Colg'Art offrono la possibilità di mostrare le proprie opere d'arte.

La grande attenzione al *Work Life balance* - il rapporto tra il tempo destinato al lavoro e quello dedicato alla vita privata - è un altro degli aspetti essenziali di "Best Place to Work". L'azienda ha tradotto in realtà delle regole che facilitano la vita in azienda, come il divieto di iniziare le riunioni dopo le 16, la disponibilità di un computer portatile e un cellulare, l'orario flessibile, l'opportunità di ricevere in ufficio la spesa ordinata on-line, il servizio lavanderia, il ticket booking, un accordo con un'agenzia immobiliare per appartamenti in affitto, e sta per essere attivato il pagamento delle bollette. E ancora, l'azienda ha siglato accordi con una serie di operatori: banche, assicurazioni, Aci, auto noleggio, centri estivi per bambini e negozi vari. Il basso turnover degli ultimi anni, i piani di successione per le posizioni chiave e i processi di training, realizzati con l'obiettivo di fornire e sviluppare le competenze adatte a migliorare l'impatto tecnico e manageriale dei singoli, hanno generato una generale stabilità. A trarne beneficio è stato anche il business aziendale, con una crescita del fatturato costante negli ultimi sette anni in Italia, in Europa e nel mondo.



Colgate-Palmolive Italia srl
Via Giorgione, 59/63
00147 Roma
Tel. 06.549061
www.colgate.it