

WELFARE

LE NUOVE FRONTIERE DEL LAVORO

Serenità e senso di appartenenza «La soddisfazione dei dipendenti migliora l'azienda e i suoi risultati»

Lavoratori soddisfatti e coesi migliorano l'azienda e i suoi risultati. Questa la sintesi di una ricerca svolta da Ethicjobs in Varvel Group

Andrea Ropa
BOLOGNA

NON SOLO ricavi e profitti. Un'azienda virtuosa si riconosce dai numeri del bilancio, ma soprattutto dalla coesione, dalla serenità e dal senso di appartenenza dei dipendenti. Per questo Varvel Group ha intrapreso un percorso per migliorare, rafforzare e portare all'eccellenza la propria vocazione alla responsabilità sociale. L'azienda bolognese, specializzata nella produzione di riduttori, motoriduttori e variatori di velocità, ha infatti affidato a Ethicjobs un'indagine per misurare lo stato di soddisfazione del proprio personale, nella convinzione che politiche premianti siano alla base di una vita aziendale positiva e costruttiva. Lo studio, condotto attraverso un questionario anonimo dedicato, ha coinvolto tutti i dipendenti e coperto, analizzato, misurato con specifica votazione cinque macro-aree: clima e rapporti, retribuzione e benefit, equilibrio vita privata-lavoro, sicurezza ed adeguatezza di spazi e strumenti, persona.

NEL COMPLESSO la pagella ottenuta promuove Varvel Group, con differenze che hanno permes-

so di delineare uno scenario preciso e i successivi interventi da attuare per accrescere i risultati raggiunti. Per quanto riguarda gli aspetti positivi, le persone Varvel sono felici della varietà e degli stimoli che il proprio lavoro gli fornisce ogni giorno, del poter rendere felici e soddisfatti i clienti e liberare la propria creatività. Reputano l'ambiente di lavoro sereno e organizzato e apprezzano la spinta del management verso l'innovazione e la formazione del proprio team. Per quanto riguarda gli aspetti negativi, invece, lo stress e la gestione delle incombenze in vista di scadenze importanti sono un tema ricorrente, insieme alla burocrazia interna, definita eccessiva in alcuni casi.

«**SIAMO** soddisfatti del percorso che abbiamo intrapreso – commenta Mauro Cominoli, managing director di Varvel Group – I risultati di Ethicjobs ci restituiscono un quadro generale positivo, ulteriormente migliorabile proprio grazie a quanto emerso. Questa indagine ci è servita per individuare alcuni punti che intendiamo rendere più performanti e al contempo maggiormente condivisi con i lavoratori, consentendoci di intraprendere le azioni necessarie. Og-

gi – prosegue Cominoli – siamo più che mai certi che in un mercato ultra competitivo un grande valore aggiunto proviene da ogni singolo dipendente. E proprio a partire da questa consapevolezza abbiamo il dovere di mettere nelle condizioni migliori tutte le nostre persone, affinché possano esprimere pienamente il loro potenziale e contribuire così a una crescita comune. Una filosofia che ci auguriamo possa essere ripresa anche da altre aziende per ottenere un sistema lavoro premiante per tutta la filiera. In un Paese che guarda al futuro – conclude Cominoli –, lavorare in un clima sereno e con coesione è la base del successo per il presente e per il futuro».

Varvel Group dal 1955 progetta e realizza sistemi di trasmissione di potenza impiegati in numerose applicazioni industriali, (packaging, sistemi di alimentazione per animali, soluzioni per l'automazione e il controllo degli accessi) e nei sistemi innovativi come i generatori eolici e gli impianti fotovoltaici.

L'AZIENDA produce oltre 500mila riduttori l'anno e fattura circa 50 milioni. L'intera gamma è progettata e realizzata a Crespellano, nel Bolognese, dove Varvel ha la sede centrale. La quota export ha raggiunto il 70% grazie a due filiali (Usa e India) e una rete globale di oltre 100 partner commerciali. Il 91,7% dei dipendenti (77 persone su 84) è assunto con contratto a tempo indeterminato e le quote rosa rappresentano il 45% dell'orga-

nico complessivo.

LA RESPONSABILITÀ sociale dell'azienda assume anche la forma del sostegno diretto alle asso-

ciazioni benefiche Ant (Associazione Nazionale Tumori), Msf (Medici Senza Frontiere) e Unicef (Fondo delle Nazioni Unite

per l'Infanzia), con un contributo fisso di 2 centesimi per ogni prodotto venduto.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



↑ **INDAGINE DI ETHICJOBS IN VARVEL**

A sinistra Mauro Cominoli, managing director di Varvel Group

