

se umane di Microsoft Italia. A cominciare da un articolato sistema di "stock award" (azioni in premio, per dirla all'italiana) che prevede l'assegnazione gratuita di titoli della società ai dipendenti, in un orizzonte che in genere raggiunge i 5 anni, in modo da prolungare nel tempo l'attaccamento all'azienda della forza-lavoro. Ma, secondo Valerii, sono soprattutto gli aspetti qualitativi della vita in Microsoft Italia a determinare l'elevato grado di soddisfazione del personale. In primis, un ambiente informale dove il peso della gerarchia passa in secondo piano, dove i manager sono pronti a concedere attestati di stima ai collaboratori che lo meritano e dove la burocrazia viene ridotta all'osso. Inoltre, uno dei punti di forza della società statunitense è senz'altro l'aver saputo «integrare le diversità»,

serie di convenzioni commerciali, che permettono ai lavoratori (e ai loro familiari) sconti tra il 10 e il 20% in una rete di negozi, di strutture sanitarie o centri di fitness. Tuttavia, anche nel caso dell'impresa marchigiana, le politiche del personale vanno ben oltre i benefici materiali e «hanno lo scopo», sottolinea Scippa, «di far sì che il dipendente si senta partner attivo del business della società». Su quest'ultimo aspetto ha influito la storia di Elica. «Il nostro è un gruppo di medie dimensioni», dice il presidente Francesco Casoli, «che, pur essendo cresciuto molto fino alla quotazione in borsa, rimane pur sempre una realtà nata come impresa familiare, legata al territorio». Una caratteristica, questa, che purtroppo spesso ha spinto le aziende italiane verso logiche ben diverse da quelle che ispirano le grandi multinazionali americane. Nelle piccole aziende del made in Italy le politiche del personale vengono a volte relegate a un ruolo di secondo piano, o addirittura marginale. Nel caso di Elica, però, a detta di Casoli, quello che inizialmente poteva sembrare un "tallone d'Achille" è stato trasformato in un punto di forza. I dipendenti della società sanno infatti che Elica (sede a Fabriano, in provincia di Ancona) è ancorata alle tradizioni del proprio territorio, soprattutto al tessuto umano e sociale che lo circonda.

IL RANKING

Non sono dunque le dimensioni della società o il settore in cui opera a determinare l'attenzione dei vertici verso il proprio personale. «Nella nostra classifica sono presenti aziende con dei modelli di business molto diversi tra loro», dice Dondé. Inoltre, vi sono molte società che da un anno all'altro sono state capaci di scalare molte posizioni in classifica. «In alcuni casi si tratta di imprese che hanno saputo mettere in atto delle politiche del personale lungimiranti», aggiunge l'a.d. del Great Place to Work Institute (come Roche Diagnostics o Starwood Hotels). In altri casi, invece, certi cambiamenti nella classifica sono determinati dal fatto che alcune aziende non scelgono di partecipare ai sondaggi tutti gli anni, ma soltanto entro un arco di tempo più lungo. «Il nostro campione non è un campione statistico, cioè rappresentativo dell'intera popolazione delle aziende italiane». L'insieme delle società esaminate ogni anno è significativo, giacché viene attinto da un ampio database che comprende ben 1.500 realtà industriali attive in Italia. Sempre guardando la classifica va sottolineata la performance di Mediamarket retailer (conosciuto per le insegne MediaWorld e Saturn) con personale su tutto il territorio nazionale e con il più alto numero di dipendenti.

BEST PLACE TO WORK IN ITALIA

- 1 Google
- 2 Coca-Cola HBC Italia
- 3 Microsoft Italia
- 4 Elica S.p.A.
- 5 American Express Services Europe Limited
- 6 W.L. GORE & Associati S.r.l.
- 7 Cisco Systems
- 8 MSA SpA
- 9 Johnson Wax SpA
- 10 CEFRIEL
- 11 FedEx Express
- 12 Medtronic Italia S.p.A.
- 13 MediaMarket SpA
- 14 Novartis Farma
- 15 Stabilimento di Scoppito (AQ) - sanofi-aventis S.p.A.
- 16 Eli Lilly Italia
- 17 Starwood Hotels & Resorts
- 18 National Instruments
- 19 Diageo Italia SpA
- 20 Mars Italia S.p.A.
- 21 Sap Italia
- 22 Gruppo IML
- 23 GameStop Italy Srl
- 24 Innovex srl
- 25 **Bon Prix**
- 26 Solvay Pharma S.p.A.
- 27 Difa Cooper
- 28 Shire Italia
- 29 Gruppo Lepetit-Gruppo Sanofi Aventis, Stab. Anagni
- 30 Europcar Italia S.p.A.
- 31 Barabino & Partners
- 32 Everis Italia
- 33 Sonepar Puglia S.p.A.
- 34 ING Direct
- 35 Venerenet S.p.A.



■ Da sinistra
Gilberto Dondé,
amministratore
delegato per l'Italia
del Great Place to
Work Institute che
dal 2000 svolge
anche in Italia
la ricerca sulla
soddisfazione
dei dipendenti.
A fianco
Massimiliano
Magrini, country
manager
Google Italia;
Francesco Casoli
e Marco Scippa,
rispettivamente
presidente e
direttore delle
risorse umane di
Elica, e Luca Valerii,
direttore delle
risorse umane
di Microsoft Italia

cioè prestare attenzione alle attitudini e alle esigenze dei dipendenti, qualunque sia il loro sesso e il loro stile di vita. «Ciò si verifica soprattutto nei confronti della forza-lavoro femminile, che spesso nel mondo dell'informatica fatica a ritagliarsi spazi». Non a caso, Microsoft ha avviato da tempo un programma per aumentare il peso delle donne all'interno della popolazione aziendale, che oggi rappresentano circa il 30%, contro il 23% di appena 3 anni fa (e la quota è destinata a salire anche in futuro). Merito di alcuni benefit significativi, come la presenza di un asilo-nido all'interno della società, riservato ai figli delle dipendenti-mamme. I benefit per la forza-lavoro sono uno dei punti forza anche di Elica, la migliore azienda italiana nella classifica del Great Place to Work Institute del 2008. «Abbiamo un programma destinato a finanziare l'acquisto dei libri scolastici e le spese per le vacanze-studio all'estero di tutti i figli dei dipendenti», dice il direttore delle risorse umane della società, Marco Scippa. A ciò si aggiunge l'accesso a una