

Per il secondo anno consecutivo premiato l'impegno dell'azienda

Il presidente Roda: "Orgogliosi di questo riconoscimento"

BOSISIO PARINI - **Rodacciai conquista il Top Job 2021**, il sigillo dell'Istituto Tedesco Qualità e Finanza (ITQF), leader europeo dei test e dei sigilli di qualità. L'azienda - che fa parte del gruppo Rodasteel - per la seconda volta consecutiva rientra fra i 300 vincitori dell'importante riconoscimento dello studio tedesco, giunto alla terza edizione, che analizza (oltre duemila) quali sono le imprese in cui lavorare è bello. Rodacciai, con plant a Bosisio Parini e Sirone, all'interno della classifica, è collocata nel comparto "Energia & Metalli" che conta solo sei aziende, tra cui competitor come ArcelorMittal.

Lo studio è la più grande analisi sui datori di lavoro in Italia, basata su oltre un milione di commenti rilevati sul web dove vengono ricercati, attraverso il social listening, commenti sulla cultura di una determinata azienda, analizzando aspetti come il clima di lavoro, lo sviluppo professionale, le prospettive di crescita, la sostenibilità ed i valori.

"Ci inorgoglisce il conseguimento del bollino blu che certifica le buone condizioni lavorative e la possibilità di crescita dei nostri dipendenti - commenta **il presidente Gianluca Roda** - Abbiamo lavorato molto, pur consapevoli di avere ampi spazi di miglioramento, per mettere a punto un sistema comunicativo adeguato all'evolversi della struttura. La nostra Azienda ha introdotto decisi elementi di cambiamento, negli ultimi anni, per tenersi al passo con le esigenze del mercato di riferimento, primo tra tutti l'esperienza di Rodacciai Academy, la scuola aziendale operativa da quasi un decennio, che offre un'ampia gamma di attività di formazione e sviluppo, rivolte ai dipendenti Rodacciai ma anche ai giovani che si avvicinano all'azienda attraverso percorsi professionalizzanti e "master" progettati ad hoc".

A parlare per Rodacciai sono alcuni dati significativi di un percorso di rinnovamento ancor più apprezzabile tenendo conto che è avvenuto in un lasso temporale sicuramente non agevole.

Al 30 giugno del 2012 poco più del 9% della popolazione aziendale aveva meno di 34 anni; alla stessa data del 2020 questa percentuale è salita ad oltre il 29%. Il personale laureato, nello stesso periodo di tempo, è passato dal 2,5% al quasi 10%, mentre i diplomati sono saliti al 35% aumentando di 6 punti percentuali. La quota di popolazione con anzianità aziendale tra 11 e 20 anni si è più che dimezzata passando dal 42% al 17%. E' incrementato pure il personale 'non italiano' raggiungendo l'11% della popolazione totale. Il personale

femminile conta un 10% in più ed occupa, in molti casi, posizioni strategiche in ambito commerciale ed amministrativo.

“Una specifica analisi di clima effettuata nel mese di ottobre sulla popolazione “under 35” restituisce una conferma della bontà del processo attivato: l’85% degli intervistati si ritiene soddisfatto o molto soddisfatto del lavoro che svolge, ritiene di conoscere gli obiettivi assegnati e le aspettative verso il proprio operato - aggiunge Mauro Califano, direttore delle risorse umane - Più dell’80% degli intervistati ritiene di poter contare su una comunicazione aperta, onesta e rispettosa con il management aziendale e il 74% degli intervistati consiglierebbe Rodacciai come datore di lavoro. Infine l’87% degli intervistati si ritiene motivato o molto motivato a proseguire il suo percorso lavorativo e di crescita all’interno della nostra realtà aziendale”.

Un’attenzione particolare è stata dedicata anche al personale già esperto: le ore di formazione rivolte ai “senior” sono passate da poco più di 7.000 nel 2017 a oltre 12.000 nel 2019, mentre per il 2020, oltre alla consueta formazione in presenza, è stato predisposto un pacchetto di 5.000 ore fruite on line, coinvolgendo anche il personale delle sedi estere.

La comunicazione aziendale interna è stata implementata attraverso un apposito House Organ sia cartaceo che telematico, su specifica piattaforma: vengono riportate notizie di ampia condivisione quali attività culturali e formative svolte all’interno del Gruppo, novità tecnologiche, dati qualitativi, economici, sulla sicurezza, sull’ambiente, procedure di lavoro particolarmente significative, aggiornamenti sugli avvenimenti più rilevanti del momento e, ad oggi, importanti contributi in termini di avvertimenti e best practice per tenere sotto controllo l’effetto pandemico generato dal Covid. La scelta di avere pure una versione in inglese permette di creare coesione e consapevolezza anche per le filiali all’estero.

“Competenze, consapevolezza e gioco di squadra sono gli elementi cardine che generano identità e forza in un’azienda che vuole affrontare a testa alta le incognite di un mercato messo a dura prova da una molteplicità di accadimenti avversi - conclude il presidente Gianluca Roda - La certificazione che abbiamo ottenuto, fornendo nel concreto quotidiano una immagine eticamente sostenibile e di sicuro interesse, è frutto di un lavoro certosino e costante che non può e non deve essere abbandonato ma curato e migliorato, costruendo nuove opportunità e attivando progettualità che possano significare un vero ancoraggio per il futuro”.