

PREMIATI DAGLI ASSOCIATI

THINK TANK HRC Open space, comunicazione interna aperta e continua. Qui dirigenti e impiegati pari sono. Così Mars motiva e trattiene i dipendenti.

■ Vivere e operare nel rispetto di libertà, qualità, reciprocità, responsabilità ed efficienza, valori fondamentali che implicano una particolare attenzione alla dimensione privata e familiare del lavoratore. Per chi ci crede i risultati ci sono. Un esempio viene da Mars Italia, che si è così aggiudicata il primo posto tra le aziende del settore del largo consumo, ed il secondo tra tutte le aziende, della classifica Great place to Work. «L'attenzione che l'azienda riserva ai dipendenti, che noi chiamiamo associati perché li riteniamo direttamente responsabili del successo dell'impresa, ci ha premiato», dice Cristiana Milanesi, personnel & organisation director per l'Italia.

Che cosa avete fatto in concreto?

Abbiamo predisposto programmi di work-life balance che promuovono e salvaguardano il giusto equilibrio tra ritmi lavorativi e vita privata, facendo in modo che l'ambiente di lavoro sia per tutti piacevole, di fiducia e reciproco rispetto, garantendo a ognuno giusta soddisfazione e gratificazione per il proprio lavoro e la propria carriera. Ma non solo.

Che altro?

Da evidenziare anche l'atteggiamento di apertura, dialogo e confronto tra l'azienda e i dipendenti grazie ad un flusso di comunicazione interna che crea un senso di appartenenza e uno spirito di squadra vincente. Il tutto agevolato dalla disposizione degli spazi interni.

In che senso?

La progettazione degli uffici è un'ulteriore testimonianza dell'organizzazione orizzontale dell'azienda. L'open space è la rappresentazione concreta del credo e dei principi aziendali: esprime appieno lo spirito di squadra e di collaborazione tra gli associa-

ti, la volontà di condividere competenze e informazioni proprie della cultura aziendale. Non esistono, infatti, barriere architettoniche atte a creare spazi "status symbol".

Quali sono i servizi interni più apprezzati dai dipendenti?

Il parcheggio aziendale, che consente di ridurre tempi e stress mattutino; la flessibilità dell'orario di lavoro con la possibilità, occasionalmente, di lavorare da casa previa autorizzazione del Line Manager e in linea con le esigenze di copertura dei reparti; le nuove policy istituite per agevolare i part-time richiesti. Anche la scelta dell'ubicazione dei nostri uffici, all'interno di un importante cen-

tro direzionale alle porte di Milano, è stata valutata per offrire agli associati di Mars un ventaglio di servizi facilmente fruibili come l'asilo, la palestra, ecc.

Queste politiche si riflettono anche sull'aspetto retributivo?

In linea con i valori aziendali, l'investimento sui benefici retributivi integrativi si propone di migliorare la qualità della vita di tutti gli associati. Siamo consapevoli che questo tipo di investimento è strategico al fine di attrarre nuovi talenti, trattenere risorse, migliorare l'ambiente di lavoro e la competitività aziendale.

Così naturalmente i benefit sono estesi a tutti i dipendenti, indipendentemente dall'inquadramento contrattuale, e a tutti vengono offerte opportunità di formazione e di crescita professionale scommettendo sul talento, sul commitment e sull'esperienza personale.

Quale traguardo si raggiunge?

Solo in questo modo si garantisce quel senso di motivazione e di appartenenza che stimola i risultati del lavoro quotidiano, che come dicevamo è fondamentale per una azienda come la nostra che punta a crescere.



CRISTIANA MILANESI

IL PROFILO DEL MANAGER...

Cristiana Milanesi, è laureata in Scienze Politiche. Ha iniziato la sua esperienza in ambito HR in Leroy Merlin e nel 2001 è entrata nel gruppo Mars dove ha acquisito una solida esperienza. Dal 2007 ricopre la carica di direttore risorse umane della filiale italiana.

...E QUELLO DELL'AZIENDA

Mars Italia è la consociata di Mars Inc. che commercializza alcuni dei marchi del gruppo sul territorio italiano. Ha sede ad Assago Milanofiori (Mi) e conta circa 230 dipendenti con un fatturato di oltre 300 milioni di euro (2009). I marchi commercializzati sono diversi.

Tra i più conosciuti: Mars, M&M's, Twix, Bounty, Snickers. Ma opera anche nel settore del pet food con prodotti come Pedigree, Whiskas, Sheba, Cesar, Kitekat, Catsan, Perfect fit, Greenies, Chappi, Frolic, Nutro. E in quello del riso e dei cibi etnici con Uncle Ben's, Eby e Suzi Wan.



NIENTE STRESS

Per abbassare il livello di stress dei dipendenti Mars Italia ha offerto il parcheggio a tutti.

IN COLLABORAZIONE CON



WWW.HRCOMMUNITYACADEMY.NET
info@hrcommunityacademy.net