

THINK TANK HRC

# TUTTI SUL PORTALE

Per Sara assicurazioni la comunicazione interna è un'arma strategica. Che aiuta a condividere obiettivi e strategie d'azienda. E fa crescere.

■ «Far sentire tutte le nostre risorse, indipendentemente dalla loro collocazione sul territorio, parte della stessa casa: un edificio unico e condiviso». Per Giorgio Venero, direttore centrale risorse umane e organizzazione di Sara Assicurazioni, è questa l'immagine migliore di una rinnovata disponibilità alla condivisione e alla comunicazione, step fondamentale nel processo di confronto con un mercato in continua evoluzione.

## Quali mosse ha messo in campo la sua azienda per adeguarsi al mondo che cambia?

La nostra è una compagnia che fino al 2001 non era improntata alle logiche di comunicazione interna. Ma dopo la riorganizzazione dovuta all'apertura di Sara a nuovi mercati che non fossero legati unicamente ai prodotti dell'auto, abbiamo profondamente rinnovato tutte le logiche di processo, di team working e di comportamento. Alla base del processo c'è stata la necessità non di ripudiare il passato, quanto di trarre da esso nuova linfa per costruire il futuro.

## Ma in concreto cosa avete fatto?

Per esempio abbiamo creato il portale, "Mondosara", un canale attraverso cui divulgare in presa diretta tutto ciò che riguarda la vita delle risorse: informazioni e contenuti utili in massima immediatezza.

## Con quale obiettivo?

Operare una concreta spinta al cambiamento di un Gruppo che è caratterizzato da diversità organizzative e di business al proprio interno, ma che ha un'unica impostazione valoriale e un comune codice etico. Un portale vivo, pratico, indispensabile per l'attività lavorativa e l'aggiornamento dei contenuti professionali, ma anche per la condivisione di momenti comuni, ricorrenze, iniziative ludiche o umanitarie, comunicazioni istituzionali, notizie. Contenuti a 360 gradi, di

reale interesse, grazie a un approccio non cristallizzato in rigide regole ma aperto alla molteplicità dei contenuti.

## Focus sulla comunicazione, dunque...

Certamente. La comunicazione, per come la intendiamo noi, è una leva strategica per creare sviluppo, cambiamento, novità. Sulla base di questo principio abbiamo rivisitato, migliorandoli, i corsi di formazione per neo-assunti. Perché noi abbiamo continuato ad assumere, a fronte di un processo di turn-over ma anche rispondendo a nuove esigenze di professionalità derivanti in parte proprio dal consolidamento delle funzioni di Gruppo.

## Cosa ha voluto dire investire sulla comunicazione interna?

Intanto lavorare molto sui capi e sul loro ruolo per potenziarne la capacità e l'efficacia di gestione, per incrementarne le cosiddette soft skills, attraverso corsi di formazione, seminari esperienziali in azienda, ma anche lavorando sulle relazioni interfunzionali, con la convinzione che le competenze condivise con i manager finiscano per essere poi ritrasmesse a cascata su tutta l'azienda.

## In che modo?

Abbiamo istituito un appuntamento fisso: il Management meeting, occasione trimestrale di confronto di tutto il Management team, gestito in prima persona dal direttore generale. Molte aziende tendono a dimenticare quanto lo sviluppo di una cultura basata sulla responsabilità condivisa necessiti di investimenti; restano ferme ai risultati immediati e tralasciano il contributo offerto dall'implementazione di iniziative importanti sul lungo periodo. In Sara crediamo fermamente, nonostante il momento storico che tutti stiamo vivendo, nell'opportunità che ci offrirà la nostra decisione di mantenere ed evolvere questa politica di crescita e sviluppo delle risorse. Comunicando continueremo a crescere.



## UNA GRANDE CASA PER TUTTI

Fino al 2001 la compagnia assicurativa non sapeva nemmeno che fosse la comunicazione interna. Oggi, invece, è diventata un asset di crescita.



GIORGIO VENERO

## IL PROFILO DEL MANAGER...

In Sara Assicurazioni Giorgio Venero è entrato nel 2003 e l'anno dopo era già direttore centrale risorse umane organizzazione. In precedenza ha lavorato in Fiat Auto, come responsabile di diverse aree Hr anche per alcune sedi internazionali. Nel 2002 è stato anche responsabile della gestione del personale per la direzione commerciale Alfa Romeo Italia ed Europa.

## ...E QUELLO DELL'AZIENDA

La compagnia assicurativa Sara opera in Italia da oltre sessant'anni. Si presenta sul mercato con un ampio catalogo dedicato all'auto e una vasta gamma di prodotti per la famiglia, la casa, l'attività professionale, la previdenza e il risparmio. Tutte soluzioni innovative basate su flessibilità e personalizzazione. La sua organizzazione commerciale è formata da una struttura con oltre 500 agenzie e circa 1.500 punti vendita.

IN COLLABORAZIONE CON



WWW.HRCOMMUNITYACADEMY.NET  
info@hrcommunityacademy.net