La sostenibilità, come valore e non come parola, passa per i prodotti, gli stabilimenti, la riduzione del consumo energetico, ma passa anche per il rapporto con i propri collaboratori, a cui Prometeon Tyre Group tiene in modo particolare.

Lo stile del direttore generale Roberto Righi dimostra chiaramente questa sensibilità e la dimostrano, in particolare, le molte iniziative organizzate dall’azienda nel corso del 2022 per i dipendenti e le loro famiglie. Parliamo ad esempio dei bambini – figli dei dipendenti dell’azienda – che hanno accompagnato in campo i calciatori del Parma in occasione della partita con il Como di fine ottobre, come anche dell’evento “Una sera a teatro: storie da raccontare” andato in scena al Teatro Lirico di Milano il 7 novembre.

“La serata del 7 novembre, intitolata Mundial 82 – spiega **Sabina Oriani**, Chief Marketing Officer del Gruppo – *è stata pensata per chi lavora in azienda e le rispettive famiglie. Inizialmente doveva essere una cosa interna, con Antonio Cabrini come ospite che raccontava il dietro le quinte del Campionato del Mondo 1982; poi è diventato un vero e proprio ‘spettacolo’, per raccontare la straordinaria avventura di un gruppo di giovani*

uomini capaci di compiere un’impresa che, a distanza di 40 anni, viene ancora celebrata come il successo più importante nella storia dello sport nel nostro Paese”.

A Cabrini si sono uniti altri due campioni del mondo, Giuseppe Bergomi e Alessandro Altobelli, il centinaio di invitati sono diventati cinquecento ospiti e la serata ristretta si è trasformata in un calendario di quattro Serate al Teatro Lirico di Milano, di cui le prossime tre andranno in scena nel corso del 2023. L’analogia tra sport di squadra e lavoro aziendale è chiara, così come è chiaro l’intento di offrire ai propri collaboratori, ma anche a stakeholder esterni all’azienda, l’opportunità di vivere eventi che coinvolgano e promuovano il senso di appartenenza verso l’azienda.

“Mundial 82, a 40 anni dal Mondiale in Spagna, non è stato il racconto dettagliato di un’impresa sportiva pur così importante – continua Oriani – *ma la storia delle persone che l’hanno vissuta. Abbiamo portato sul palco le emozioni di quei quaranta giorni in un clima da salotto di casa. Ed è sicuramente stato trasmesso in maniera forte il valore della squadra che viene prima di ogni suo singolo componente. Alla fine, negli sport di squadra in particolare, i valori e le logiche sono molto simili a quelli che si vivono in azienda. La capacità di mettere l’interesse e gli obiettivi del team davanti all’ambizioni dei singoli è un valore che guida anche la nostra attività di tutti i giorni”.*

Lo stesso spirito anima anche le sponsorizzazioni di Prometeon alla Superbike e al Parma Calcio, che vengono sfruttate, oltre che per la visibilità, per attivare iniziative rivolte a dipendenti, clienti, dealer, flotte, giornalisti, fornitori.

“Parlare di queste iniziative è un conto, ma toccarle con mano trasmette un entusiasmo contagioso – prosegue Oriani – *che poi arriva anche a chi non le ha ancora vissute. Basti pensare alle famiglie che hanno portato i loro bambini in campo con il Parma, condividere tra colleghi un sabato pomeriggio fuori dal comune, negli spazi dello stadio. Mentre lavoriamo per raggiungere i migliori risultati per l’azienda, ci piace anche costruire un ambiente e un clima organizzativo sano e inclusivo, in cui le persone si sentano davvero al centro di quello che facciamo”.*

Questa attenzione verso le proprie persone deriva anche dalla consapevolezza del cambiamento del mercato del lavoro, che, secondo il direttore generale **Roberto Righi**, *“sta progressivamente diventando un mercato dei candidati, piuttosto che delle aziende che li cercano”.*

L’ingresso nel mondo del lavoro vede coinvolte molte meno persone rispetto a prima – più o meno la metà, rispetto a 30-40 anni fa – e questo dato fa la differenza. Secondo il manager, i valori a cui guardano i giovani oggi sono diversi rispetto al passato: *“Lo stipendio e le condizioni economiche contano, è logico; ma se sul posto di lavoro l’aria che si respira non è sana e non si crede in quello che l’azienda fa, si va via. Perché le persone siano davvero motivate c’è da lavorare diversamente rispetto a tempi anche non molto lontani. Le competenze ‘tecniche’, per esempio, sono importanti e devono essere adeguate, ma trasparenza e onestà nei comportamenti contano altrettanto, se non di più. Non è un percorso facile né si può pensare che tutto avvenga in pochi mesi, ma stiamo cercando di*

fare sì che la ‘fiducia’ diventi il valore attorno al quale si basa un po’ tutto quello che facciamo, tanto in azienda quanto verso l’esterno”.

© riproduzione riservata pubblicato il 28 / 11 / 2022