

VODAFONE

Lavoratori contenti clienti soddisfatti

La multinazionale adotta una politica amichevole per il personale su maternità, part time, tutele per il call center



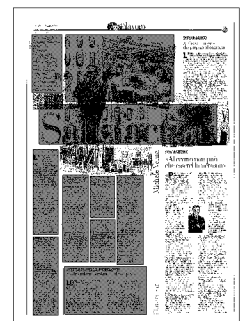
Per soddisfare i clienti bisogna prima far contenti i lavoratori. Così Vodafone dice sì al part time, agli asili nido, integra il periodo di maternità, partecipa alle spese sanitarie e altro ancora...

DI MASSIMO CALVI

L'asilo nido aziendale, in fondo, non è propriamente un'eccezione. La palestra per i dipendenti può essere, per un'azienda giovane e dinamica, il giusto complemento. Così anche le salette-cucina per prepararsi tè, caffè o tisane nelle pause di lavoro. Quando però in un ufficio si trovano anche delle sale multimediali per permettere ai dipendenti di ritirarsi a leggere o navigare in Internet durante i *break*, allora gli indizi che portano a pensare che ci troviamo in un'azienda un po' speciale incominciano a diventare numerosi. La conferma definitiva giunge quando si scopre che l'organizzazione contempla anche un fondo aziendale per le spese mediche, orari di ingresso agevolati per le mamme lavoratrici, la retribuzione piena garantita per dieci mesi alle donne che restano a casa in maternità, il *mobility manager* che aiuta i dipendenti a raggiungere l'ufficio

risparmiando tempo e denaro. Non sono fantasie, ma alcune delle soluzioni previste da Vodafone Italia nell'ambito della politica di gestione delle risorse umane. Un caso interessante, anche perché nel panorama italiano questo modo di operare non è certo la norma.

Soddisfatti con passione Michele Vema, responsabile delle risorse umane, non nasconde (come spiega nell'intervista a fianco) che all'origine di tutto vi è anche una ragione commerciale: «Il nostro obiettivo è la soddisfazione dei clienti. E non si possono avere clienti soddisfatti se non lo sono anche i dipendenti, se cioè i



lavoratori non sentono la passione per quello che fanno». Risultati, clienti, persone, responsabilità sociale sono, nelle intenzioni, le parole chiave dell'identità aziendale. **Vodafone** conta, in Italia, 9.900 dipendenti (sui 60.000 nel mondo), l'età media è di 31 anni, 5.600 sono le donne. Circa metà dei dipendenti è distribuita negli 8 *call center* italiani (Milano, Roma, Ivrea, Padova, Bologna, Pisa, Napoli e Catania), dove il 95% è assunto a tempo indeterminato. Un fatto, questo, che riassume bene il tentativo di coniugare la soddisfazione del dipendente con quella del cliente. Come anche la filosofia del «premio di risultato» (che ovviamente riguarda anche i *call center*): sono ben 2 mensilità e viene elargito per il 50% sulla base del miglioramento dei margini (Ebidta), per l'altro 50% sul tasso di soddisfazione dei

clienti certificato da una società esterna. In pratica è (anche) il cliente a decidere lo stipendio di chi lavora in **Vodafone**.

Maternità no problem

«In un momento in cui, a livello globale, le aziende tendono sempre di più ad esternalizzare il servizio per i clienti, con processi di *outsourcing* che spesso sono licenziamenti mascherati, avere i *call center* "interni" e con personale assunto rappresenta una scelta molto forte», spiega Raffaella di Rodi, della Fistel-Cisl. Che considera un successo importante delle relazioni sindacali anche la possibilità, per i dipendenti dei *call center*, di conoscere con almeno 4 settimane di anticipo le decisioni su turni e riposi (due mesi per i soli riposi), oltre ai trattamenti di favore per le

donne in maternità. E infatti alla voce «pari opportunità» che la gestione delle risorse umane riserva le migliori sorprese. Avere tra i dipendenti 5.600 donne significa che ogni anno almeno in 500 si assentano per maternità. Un problema? Dipende. A Milano, vicino alla sede centrale, funziona un nido per 44 bambini, aperto dalle 7,30 alle 19,30, con 7 fasce orarie. Dal punto di vista dell'assenza dal lavoro, inoltre, le neo mamme dopo i 5 mesi di astensione obbligatoria, durante i quali percepiscono come tutte il 100% della retribuzione, possono beneficiare di altri 4 mesi e mezzo a stipendio pieno: Vodafone integra il 30% corrisposto dall'Inps con il restante 70%. Contando le ferie maturate in maternità, di fatto sono 10-11 mesi a casa con il pupo senza avvertire contraccolpi retributivi. Non solo. Frutto di un accordo sindacale, in **Vodafone** esiste un Fondo aziendale per il rimborso delle spese mediche, che include quelle per i figli (fino ai 18 anni), latte artificiale compreso. Per le mamme impiegate nei *call center*, inoltre è possibile ottenere turni agevolati, dalle 9 alle 19, nei primi 3 anni dalla nascita del figlio.

Tutti a scuola, o quasi

La possibilità di equilibrare al meglio il lavoro con la vita privata, uno degli obiettivi dichiarati dall'azienda, è riassunta in una cifra: circa 3.400 dipendenti hanno chiesto e ottenuto il part-time. Ma è la formazione uno dei punti di forza della gestione delle risorse umane. In **Vodafone** 100 persone si occupano dei corsi di formazione per i dipendenti, ai quali sono erogati 64mila giorni di «lezione» l'anno, con

un investimento di 17 milioni di euro. Il programma «scolastico» ha il suo punto di forza nell'inglese, al quale sono destinate 13mila giornate di corsi. Lo stesso sindacato riconosce di aver faticato meno del previsto (si fa per dire) nell'ottenere attenzione su un tema decisivo. «Nelle telecomunicazioni la tecnologia evolve rapidamente, tra pochi anni le competenze richieste a un operatore saranno completamente diverse - spiega ancora Di Rodi della Fistel -». Garantire una buona formazione ai dipendenti è una sfida che qualifica la responsabilità di un'azienda». Risultati, pari opportunità, formazione, ma non solo. L'elenco degli interventi per tentare di avere dipendenti soddisfatti si arricchisce di strumenti come il *job posting*, che permette di attivare via intranet le procedure per chiedere di cambiare posto in azienda; le palestre (nelle sedi di Napoli, Bologna, Padova e Catania); sale multimediali di intrattenimento, un programma di partecipazione azionaria che ha consegnato 350 azioni **Vodafone** a ciascun dipendente; la copertura assicurativa per infortuni professionali ed extraprofessionali; un programma di responsabilità sociale. L'efficacia dell'impegno è anche verificata: ogni due anni vengono distribuiti questionari anonimi per misurare il grado di felicità (aziendale) dei dipendenti. Che, assicurano in **Vodafone**, è alto e in aumento. In effetti: la sfida della soddisfazione può forse prevedere la sconfitta?



I PROGETTI DELLA FONDAZIONE

E i dipendenti «vigilano» sul non profit

Un patrimonio di 11 milioni di euro (dei quali 7 milioni messi a disposizione nell'ultimo anno), 57 progetti finanziati nei settori dell'assistenza, della tutela dell'ambiente, della promozione della cultura e del disagio sociale, con particolare attenzione ai giovani, agli anziani e agli immigrati. Della Fondazione Italia di **Vodafone** non si parla molto, perché il gruppo ha deciso di non investire più di tanto nella comunicazione degli interventi per il sociale, a conferma del fatto che la solidarietà non viene usata per fini commerciali o di marketing. La Fondazione in realtà è attivissima e i progetti finanziati sono promossi dalle principali organizzazioni non profit operanti in Italia,

dal Cesvi alla Lega del Filo d'oro, dal Banco Alimentare al Fondo per l'Ambiente, da Medici Senza Frontiere alla Fondazione Dottor Sorriso. Un'attività intensa e che prevede la partecipazione diretta dei dipendenti. La Fondazione ha lanciato da poco il progetto Fellow che consente ai dipendenti di svolgere attività di monitoraggio dei progetti finanziati. I «fellow», in team di due persone, dovranno monitorare e verificare l'andamento del progetto finanziato e mettere a disposizione almeno due giorni, che l'azienda considererà lavorativi, per le verifiche sul campo. Per i momenti di formazione e per stendere il report, invece, il dipendente dovrà utilizzare il proprio tempo libero. (M.Ca.)

Rassegna del 18/05/2005

VODAFONE

Avvenire - Vodafone. Lavoratori contenti clienti soddisfatti - Satisfaction - Calvi Massimo