

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".

