

Welfare

Lavoro



«Costruiamo un luogo dove i lavoratori si sentano bene»

Pioggia di riconoscimenti per la gestione delle risorse umane di Hera

I premi sono collegati alla cura e all'attenzione dedicata ai propri dipendenti, al rispetto delle loro diversità e a tutte le iniziative di inclusione del Gruppo

di **Andrea Ropa**
BOLOGNA

La gestione delle risorse umane riempie la bacheca di Hera. La multiutility bolognese, infatti, ha collezionato nel giro di poche settimane riconoscimenti e premi importanti, tutti collegati alla cura e all'attenzione dedicata ai propri dipendenti, al rispetto delle loro diversità e a tutte le iniziative di inclusione. Molti di questi, peraltro, sono una conferma. A partire dalla certificazione Top Employer, ottenuta per il dodicesimo anno consecutivo e in testa nella classifica delle aziende italiane. Hera si è posizionata al primo posto anche per la pagina del sito dedicata al recruitment, nell'edizione 2021 dello studio di Potentialpark Institute.

Per quanto riguarda le politiche riguardanti la parità di genere e l'inclusione, il Gruppo si è confermato per il secondo anno consecutivo nel Bloomberg Gender-Equality Index e, nell'ambito della IX edizio-

ne del rapporto che studia le migliori aziende di pubblica utilità in Italia, ha ottenuto il premio Top Utility 2021 nella categoria diversity. Tutti temi che ricordano come l'impegno nel costruire un ambiente di lavoro all'insegna del benessere e della valorizzazione sia un modo per distinguersi anche nel mercato del lavoro. Sono aspetti, infatti, a cui i giovani guardano con sempre maggiore interesse. Come anche i mercati finanziari, consapevoli del fatto che le migliori aziende in questo ambito sono in grado di produrre risultati superiori alla media del settore in cui operano.

«I lavoratori sono una delle nostre principali risorse – spiega Tomaso Tommasi di Vignano (nella foto), presidente esecutivo del Gruppo Hera –

TOMASO TOMMASI DI VIGNANO

«L'azienda investe su progetti pensati per rispondere alla complessità del contesto attuale»

per questo continuiamo a investire in un ambito strategico come le Hr, con iniziative mirate sulla base delle esigenze dei nostri dipendenti e pensate per rispondere alla complessità del contesto attuale, in continua evoluzione».

La ricetta di Hera è fatta principalmente di welfare, formazione e innovazione. Fiore all'occhiello è Hextra, il piano integrato di welfare aziendale rivolto a tutti i dipendenti, a cui nel 2020 sono stati destinati circa 4,5 milioni, oltre a quote aggiuntive per l'istruzione dei figli dei lavoratori. Il piano si caratterizza per la flessibilità, con una quota di risorse economiche personalizzabile da ciascun lavoratore in base alle proprie esigenze.

Ogni anno, inoltre, la multiutility investe circa 2 milioni per lo sviluppo personale e professionale dei propri dipendenti, per un totale di circa 236mila ore erogate (26 pro capite all'anno, al di sopra della media di settore). Fondamentale in questo ambito il ruolo svolto da HerAcademy, la corporate university del Gruppo, che

le permette di dialogare con le aziende e le principali istituzioni del territorio, ad esempio con l'organizzazione di eventi e workshop sui più importanti temi di attualità e con uno sguardo al futuro del mondo professionale.

Per quanto riguarda l'innovazione, trasversale a tutti i processi aziendali, Hera punta sul progetto di smart working, avviato già dal 2017 e potenziato nel corso del 2020, che permette alla multiutility di garantire continuità e qualità dei servizi anche in situazioni complesse come quella che sta attraversando il Paese. L'innovazione, inoltre, è entrata ormai a pieno titolo anche nelle principali attività di ricerca e selezione dei talenti, con un processo altamente professionale, trasparente e digitalizzato: attraverso le piattaforme dedicate, infatti, i candidati possono registrare il loro videocolloquio, accedere alla compilazione dei test attitudinali, di quelli sulle competenze digitali e sulla capacità di apprendimento. Potenziata, inoltre, la fase di social recruiting, ovvero l'interazione con i candidati attraverso i social network aziendali: su LinkedIn sono già 82.400 i seguaci delle opportunità e delle iniziative del Gruppo.

«Ci teniamo a far sì che Hera sia luogo dove si lavora bene – conclude Tommasi – dove ciascuno può dare il proprio contributo a progetti di valore: un'azienda dove sentirsi realizzati e alla quale anche le nuove generazioni possano guardare con interesse per la propria futura carriera».

© RIPRODUZIONE RISERVATA