

Premio
SODALITAS SOCIAL AWARD

Scheda di partecipazione *Quinta edizione*

ABB SpA

Categoria 1: Programma di Responsabilità Sociale
rivolto alla valorizzazione del capitale umano

Titolo del progetto: ABBiamo Voce



DATI SULL'ORGANIZZAZIONE CANDIDATA

Ragione sociale/ Denominazione

ABB SpA

Indirizzo completo

Via

Via Luciano Lama 33

Città

Sesto San Giovanni

CAP

20099

Provincia

Milano

Sito Web

www.abb.it

E' una Piccola Media Impresa? (se pertinente)

NO

Breve descrizione dell'azienda/ ente (esempio: settore in cui opera, numero dipendenti, fatturato)

ABB è una multinazionale settore elettromeccanico, che opera a livello mondiale con circa 108.000 dipendenti.

Eventuali Certificazioni (etichette, ambientali, di qualità...)

Per le sedi italiane sono state rilasciate le seguenti certificazioni:

ISO 9001:2000; ISO 14001:2000; OHSAS 18001:1999; EPD (a seconda della sede si può avere una o più certificazioni).

Marca o nome del prodotto che concorre (se pertinente)

-

Titolo del progetto

ABBiamo Voce

DATI SUL FIRMATARIO DELLA CANDIDATURA

Nome

Dott.ssa Chiucchi Nicoletta

Posizione ricoperta in azienda /ente

Responsabile Formazione HR e Rapporti con il non profit

Telefono, fax, indirizzo mail

02 2414 2525

Nome

Dott. Giacomucci Antonio

Posizione ricoperta in azienda /ente

Responsabile Sostenibilità ABB Italia

Telefono, fax, indirizzo mail

02 2414 3151

CATEGORIE IN CUI L'ORGANIZZAZIONE CONCORRE

- Categoria 1 Programma di Responsabilità Sociale rivolto alla valorizzazione del capitale umano

SCHEDA DI PARTECIPAZIONE

SEZIONE 1 – DESCRIZIONE SINTETICA DEL PROGETTO

A partire da maggio 2006 ABB Italia ha messo a punto una strategia per il rilevamento del clima aziendale, chiamata “ABBIamo Voce”. L’indagine, svolta nelle sedi di ABB Italia, è stata rivolta a tutti i dipendenti del Gruppo italiano di ogni livello aziendale con lo scopo di:

- fotografare la realtà di ABB Italia;
- conoscere il parere di tutti i dipendenti ABB Italia;
- rinforzare la comunicazione tra l’azienda e le sue persone;
- verificare che processi e iniziative aziendali rispondano alle esigenze e alle priorità espresse dalle persone;
- rinforzare l’integrazione tra le diverse unità organizzative;
- definire ed attuare azioni di miglioramento.

Le aree di indagine sono state:

- | | |
|--|----------------------------------|
| - formazione e sviluppo; | - compensation e benefit; |
| - comunicazione; | - performance management; |
| - processi decisionali e strategie di business | - qualità e servizio al cliente; |
| - etica; | - rapporto con il proprio capo; |
| - soddisfazione sul lavoro; | - teamwork; |
| - efficacia della leadership; | - ambiente di lavoro; |
| | - sicurezza sul lavoro. |

I dipendenti hanno partecipato attraverso questionari anonimi on line o cartacei. Per incentivare la partecipazione, l’iniziativa è stata abbinata ad una raccolta solidale: per ogni scheda compilata pervenuta, ABB ha donato 5 euro a favore di Parent Project, associazione non profit che opera per la lotta contro la distrofia muscolare infantile.

SEZIONE 2 – DESCRIZIONE DETTAGLIATA DELL’IMPOSTAZIONE E GESTIONE DELL’INIZIATIVA

Leadership

ABB è un’impresa multinazionale che opera in tutto il mondo e impiega circa 108.000 dipendenti. ABB si presenta come uno dei più dinamici e globali Gruppi mondiali ed entro il 2009 si pone l’obiettivo di essere riconosciuta come il primo Gruppo di ingegneria globale in termini di impatto sul mercato, crescita, redditività, creazione di valore, sostenibilità e comportamento etico.

Per il raggiungimento di questi obiettivi il Gruppo ABB ripone particolare attenzione nella valorizzazione delle risorse umane e nel miglioramento dei sistemi di gestione per attrarre e trattenere persone qualificate, offrendo ai dipendenti uno stimolante ambiente lavorativo ed eccellenti opportunità di sviluppo. Inoltre, ABB riconosce nella diversità e nel talento delle persone un fattore chiave di competitività.

In particolare, nell’ambito delle attività rivolte allo sviluppo della persona, da alcuni anni ABB ha attivato iniziative quali la *Performance Appraisal* (valutazione dei risultati e competenze, definizione di azioni di sviluppo individuale), la formazione tecnica e gestionale con docenze qualificate, la sensibilizzazione sui temi etici e di tutela della diversità.

Coerentemente con queste iniziative deriva l’esigenza di sviluppare un’indagine sul clima aziendale, per ottenere una “fotografia” di ABB Italia. E non a caso l’indagine è

stata promossa dall'Amministratore Delegato, a testimonianza del grande valore che ABB attribuisce a questo tema.

Politiche e strategie

L'indagine sul clima aziendale riserva particolare attenzione alle esigenze e alle priorità espresse dalle persone. L'indagine si pone come processo strutturato di raccolta delle opinioni delle persone sui principali fattori che impattano sulla loro motivazione e sul loro impegno nel lavoro.

Le finalità dell'indagine, unitamente alla campagna di comunicazione, sono state costruite partendo dalle persone e dalle loro esigenze sia in termini di strumenti sia in termini di azioni successive. Infatti, la presentazione dell'iniziativa è sempre stata accompagnata da un forte impegno del Gruppo ad attuare nel corso del 2007 azioni coerenti con le risultanze di *ABBiamo Voce*.

L'indagine di opinione fa parte di una strategia più ampia che vuole rinsaldare il patto con le persone, chiarendo l'impegno del Gruppo a prendersi cura di loro. Nel 2006, infatti, ABB ha sviluppato un'ulteriore iniziativa attraverso gruppi di lavoro per progettare azioni nell'ambito della politica di *Inclusion e Diversity*, con l'obiettivo di favorire l'integrazione e le pari opportunità dovute a differenze di genere, età, etnia, disabilità fisica e apparenza.

Allo stesso tempo la formazione continua ad essere un fattore di crescita per trovare il giusto equilibrio tra l'obiettivo di realizzare profitti e la capacità di essere pronti a cambiare per essere competitivi sul mercato globale. Creatività, flessibilità e ingegno del personale sono fattori chiave in cui ABB crede e per le quali sta investendo.

Coinvolgimento del personale

Nell'implementazione del progetto, il personale ABB è stato coinvolto a più livelli e in diverse fasi dell'indagine. L'iniziativa è stata promossa dal nuovo Amministratore Delegato, che, appena insediato, ha sentito l'esigenza di rilevare i punti di forza e le criticità del sistema ABB Italia.

L'iniziativa è stata affidata al Responsabile Risorse Umane, che ha nominato una *task force* interfunzionale al fine di definire le fasi e i contenuti del progetto.

La task force ha operato con l'approvazione del *Country Management Team* e con un'informazione alle RSU.

I responsabili risorse umane si sono attivati per la diffusione dell'indagine a tutte le sedi italiane ABB, stimolando l'interesse e la partecipazione.

I dipendenti sono stati coinvolti in due fasi distinte: una parte dei dipendenti ha collaborato nel prestare la propria immagine per la comunicazione dell'indagine, previa autorizzazione per l'uso dell'immagine; tutti i dipendenti sono poi stati coinvolti nell'indagine, attraverso la compilazione dei questionari.

Partnership e risorse

Nell'ideazione dell'iniziativa ABB Italia si è avvalsa della competenza tecnica e professionale dell'agenzia *Watson Wyatt*, che ha partecipato alla *task force* per l'ideazione e progettazione dei materiali di comunicazione, del questionario, delle modalità di raccolta dei questionari ed ha elaborato i risultati presentando ad ABB l'analisi statistica finale.

Parent Project è l'associazione non profit destinataria della donazione. La partnership tra ABB Italia e *Parent Project* nasce recentemente: qualche anno fa una persona del Gruppo ABB ha segnalato la presenza nella propria famiglia di un bambino colpito da

Distrofia Muscolare. Da allora, grazie all'attività del proprio gruppo di volontari, ABB ha deciso di conoscere in modo più approfondito la realtà di questa particolare malattia e così, da quella "confidenza", è nata l'attuale forma di collaborazione e sostegno tra ABB e *Parent Project* con l'obiettivo di favorire la diffusione della conoscenza delle problematiche legate alla Distrofia Muscolare *Duchenne* e di offrire un concreto sostegno economico alla ricerca scientifica contro questa grave patologia.

Processi

L'indagine sul clima aziendale è stata avviata nel maggio 2006 con i primi incontri della *task force* per la definizione del progetto e delle strategie di sviluppo, in collaborazione con gli esperti di *Watson Wyatt*.

La comunicazione verso i dipendenti è stata avviata a partire da giugno con una cartolina allegata al cedolino della busta paga, dove si anticipavano i contenuti e gli obiettivi dell'indagine. A luglio è stata creata una pagina ad hoc sull'intranet aziendale, che è stata resa visibile on line a settembre. Inoltre, a settembre è stato riservato un box su Spazio ABB, l'*house organ* interno di ABB Italia, e sono stati appesi i poster in tutte le sedi italiane.

Per la diffusione dei questionari si è attivato un formato cartaceo per le persone che non utilizzano il pc per il proprio ruolo professionale, circa 2.500 copie distribuite a partire da settembre, e un formato elettronico, proposto attraverso email a tutto il personale rimanente.

L'iniziativa è stata lanciata a fine settembre e per questo sono state organizzate più giornate di presentazione del progetto per tutti i dipendenti, in modo da garantire la partecipazione di ciascuno. Il periodo di risposta è stato reso attivo per 3 settimane.

E' stato inoltre istituito un sistema di *check* giornaliero del tasso di adesione, un *reminder* automatico e un sistema di ringraziamento generale a fine periodo.

Tutto è avvenuto nel rispetto dei criteri di volontarietà di adesione e di anonimato delle risposte.

Questo sistema ha permesso di rispettare le tempistiche prefissate e di presentare i risultati dell'indagine al *Country Management* nel mese di dicembre, e a tutti i dipendenti, con specifico messaggio dell'Amministratore Delegato, nel mese di gennaio 2007.

A partire da febbraio 2007 sono stati attivati dei *Focus Group* composti da dipendenti ABB di diverse aree e funzioni con l'obiettivo di individuare le azioni di risposta.

SEZIONE 3 – DESCRIZIONE DEI RISULTATI RAGGIUNTI

Risultati chiave di performance

Il sistema di indagine adottato si è rivelato molto efficace, con un'adesione del 64% dei dipendenti di ABB Italia e 18 sedi italiane coinvolte. La raccolta fondi a favore di Parent Project è stata molto proficua, in quanto all'associazione sono stati destinati 16.700 euro. La percentuale di risposta evidenzia un risultato molto positivo sia rispetto agli standard internazionali, che ad iniziative simili condotte a livello nazionale.

I temi con la più alta percentuale di risposte favorevoli sono:

- sicurezza sul lavoro (59%)
- etica ((55%)
- soddisfazione sul lavoro (53%).

I tre fattori evidenziano i punti di forza in termini di senso di appartenenza, il valore guida dell'etica e la sensibilità ai temi della sicurezza sul lavoro.

I temi con la più alta percentuale di risposte sfavorevoli sono:

- reward e benefit (47%)
- formazione e sviluppo (34%).

Gli aspetti critici fanno riferimento soprattutto alle motivazioni individuali quali il desiderio di ricoprire il ruolo coerente con le proprie aspettative piuttosto che l'assetto retributivo e la formazione e sviluppo.

Risultati relativi al personale

Il personale è stato coinvolto su più livelli e funzioni. I tassi di risposta per categorie sono stati:

- operai: 56% su 1005
- impiegati : 65% su 1614
- quadri: 69% su 391
- dirigenti: 75% su 256.

La partecipazione variegata all'indagine ha permesso di ottenere risultati attendibili ed effettivamente corrispondenti alla realtà ABB.

Per ciò che concerne la soddisfazione sul lavoro il risultato è complessivamente positivo, con una media di risposte favorevoli tra il 50-65%. Nel dettaglio ABB è vista dai dipendenti come un'azienda dove si lavora bene, con un positivo senso di appartenenza e dove è viva la tendenza a rimanere nel Gruppo.

Grazie al contributo di tutti i dipendenti e di *Focus Group* dedicati, a partire da febbraio 2007 è in via di definizione un piano di azione per intervenire nelle aree emerse come prioritarie dall'indagine di opinione. In particolare la *task force* costituita appositamente dovrà lavorare sulle seguenti aree prioritarie, indicate in ordine di importanza:

- formazione e sviluppo;
- retribuzione e benefit;
- processi decisionali;
- ambiente di lavoro.

Risultati relativi alla società

Un primo risultato, testimoniato anche dall'elevata partecipazione, è stato la riconferma dell'impegno di ABB in termini di trasparenza verso i dipendenti e di sensibilità alle tematiche sociali (sostegno a Parent Project).