



Intervista a Gabriele Nardini e Massimo Giovannelli sul piano formativo "F.A.R.M.A.C.I.A – Farmacia, Ambiente, Marketing e Apprendimenti di Competenze Innovative"; beneficiaria del piano è Didasko, cooperativa umbra che opera in tutt'Italia.

Il piano formativo è finanziato con l'Avviso 47.

Massimo Giovannelli è il vice presidente della cooperativa Didasko.

Gabriele Nardini, progettista del piano per l'ente di formazione Impresa e Territorio, è presidente di Agci Umbria.

- L'Avviso 47 ha fissato 4 specifici obiettivi alle attività formative – green e digitale, gender gap, dialogo intergenerazionale e imprenditorialità cooperativa. Qual è il vostro giudizio su questa scelta di Fon.Coop e come avete organizzato la progettazione delle attività formative che saranno avviate a partire da fine settembre?

Gabriele Nardini

Ho subito apprezzato la volontà del Fondo di indirizzare le attività formative delle aderenti. Posso dire di conoscere tutti gli Avvisi di Fon.Coop avendoci partecipato come progettista ed ho sempre dialogato con le cooperative, con il mondo del sindacato, con le centrali cooperative... insomma, sono un formatore cooperativo di lungo corso. E ritengo che questo Avviso sia una felice sintesi tra la richiesta di libertà di manovra delle imprese e l'ambizione del Fondo di indicare le cose importanti da fare su competenze e crescita in un momento così delicato di transizione alla nuova normalità.

Gli obiettivi sono stati delle guide che ci hanno permesso di concentrarci su elementi concreti, pertinenti, urgenti e, proprio perché agganciati al contesto, favoriranno la riorganizzazione a tutto tondo soprattutto delle strumentazioni digitali della cooperativa in chiave più competitiva e sostenibile, e in prospettiva consentiranno di poter continuare ad operare oltre la logica emergenziale.

Volendo schematizzare, le competenze più tecniche del piano riguarderanno il green e il digitale mentre le soft skills sono state indirizzate su dialogo intergenerazionale e comunicazione di genere. La formazione che faremo per Didasko risponde all'esigenza di tutti i lavoratori di ricaricarsi, di scoprire nuove abilità e di rafforzare le leadership aziendali sulle nuove problematiche che già si stanno affacciando.

Posso dire che il Fondo con questo Avviso ha evoluto il proprio modo di progettare i bandi assumendo, con decisione ed autorevolezza, il ruolo di promotore di politiche formative di qualità in sintonia con le esigenze del Paese.

Massimo Giovannelli

Per noi non è stato limitante entrare nell'ottica di un Avviso con obiettivi ben delineati. Avevamo già partecipato ad un altro Avviso di Fon.Coop, il n° 42 sul Terzo Settore, e sappiamo che quando il Fondo individua degli obiettivi lo fa per venire incontro a esigenze e fabbisogni espressi: prima all'interno del vasto perimetro della cooperazione e dell'economia sociale, oggi, come ha detto Gabriele, anche a livello di sistema Paese.

In ogni caso l'Avviso 47 ci ha consentito di accompagnare le nostre sfide, anche grazie al supporto di Agci, che ci ha da sempre sostenuto con la sua rete nei territori dove siamo presenti con le nostre attività.

Ci siamo costituiti nel 2004 come cooperativa sociale di tipo A e solo nel 2016 abbiamo cambiato attività entrando nel settore delle farmacie comunali. Abbiamo subito adottato un modello ancora non "codificato" e consolidato, quello della farmacia di servizi, dove non si acquistano semplicemente farmaci ma si offre un punto di accesso per la salute di tutti i cittadini. Ci abbiamo creduto e oggi gestiamo, in diverse Regioni italiane, 9 farmacie dove è possibile fare autodiagnosi con l'assistenza di personale specializzato (elettrocardiogrammi, test densità ossea ad ultrasuoni, misurazione della pressione, etc.) avere un'infermiera per primi interventi di tipo sanitario, richiedere la consegna dei farmaci a domicilio e altri servizi.

Siamo stati sempre molto consapevoli del nostro ruolo di "farmacisti di comunità" e non solo in quanto gestori di presidi pubblici ma perché, da operatori, cerchiamo prima di tutto il benessere condiviso delle persone, siano essi lavoratori o clienti. Ogni volta che abbiamo preso in gestione un nuovo esercizio abbiamo preso contatto, tramite il Comune, con le associazioni e le altre cooperative sociali del territorio per costruire reti inclusive, e in farmacia proponiamo una modalità di incontro con i clienti che va oltre la mera vendita. Inoltre, agendo in più Regioni dove vigono Sistemi Sanitari differenti – alcuni complicati e altri meno – prendiamo in esame le diverse regole e procedure e, individuate le più efficaci, cerchiamo di applicarle come buona pratica in tutte le nostre strutture.

- Cosa è cambiato con la pandemia?

Massimo Giovannelli

La pandemia ci ha messo di fronte a nuove problematiche: essendo, sin dalla primissima fase di chiusura uno dei esercizi aperti, soprattutto nelle zone rurali dove non ci sono servizi, siamo stati tra i pochi snodi di informazione a disposizione della cittadinanza. Le persone venivano da noi e ci chiedevano aiuto per interpretare le norme dei vari DPCM, come spostarsi tra comuni e tra Regioni, quante persone in macchina, l'uso delle mascherine... Ancora oggi è così, siamo un punto di riferimento per le persone perché sono le persone che si fidano di noi. Nel frattempo ci è stato richiesto di fare tamponi e vaccini, fino ad arrivare alla stampa del green pass. In sostanza la nostra vocazione ad offrire servizi sociosanitari con alto contenuto relazionale per il cittadino per la comunità è divenuta, oggi, ancora più necessaria.

Per questo la formazione dell'Avviso 47 ha come elemento centrale un potenziamento della comunicazione sia per quel che riguarda la relazione e la capacità di ascolto ed empatia che per i contenuti più tecnologici. E sulle tecnologie cito la smaterializzazione delle ricette, che da un punto di vista pratico è una grande semplificazione dell'interazione perché consente ai clienti di non doversi dotare del "il cartaceo" per avere le medicine prescritte dal medico curante e di ottenerle tramite una mail. All'inizio non è stato semplicissimo adottare questa modalità ma oggi la usiamo abitualmente e la formazione che faremo rafforzerà la pratica.

La formazione sulla comunicazione di genere sarà importante non solo tra noi lavoratori della cooperativa e verso la clientela, perché potremo approfondire il tema per avviare, attraverso le nostre farmacie, campagne di sensibilizzazione sul territorio contro i comportamenti violenti verso le donne. Anche sull'intergenerazionalità, noi approfondiremo un dialogo a due vie: non solo i più agee potranno condividere esperienze importanti per la vita della cooperativa ai più giovani – penso ad esempio alle relazioni con le persone e le organizzazioni del territorio, per non parlare poi della capacità di gestire le complesse relazioni con la clientela. Ma anche i giovani a loro volta potranno trasferire capacità ed abilità sull'uso di software e piattaforme.

- Come avete condotto l'analisi dei fabbisogni? In quali modalità saranno condotte le attività da realizzare?

Gabriele Nardini

L'analisi dei fabbisogni è stata molto approfondita, ha coinvolto il management, i lavoratori ed i rappresentanti sindacali, questi ultimi chiamati anche a collaborare nelle attività di monitoraggio e valutazione, oltre che nel modulo della formazione intergenerazionale.

Le abilità tecniche saranno affrontate sia on line – in gruppo – sia in presenza, con incontri personali di coaching. Alternando attività di gruppo con quelle individuali vorremmo facilitare la costruzione di nuove competenze e nuovi comportamenti verificabili sia individualmente che con i colleghi. L'idea è che il cambiamento venga operato nel farsi della formazione: attraverso incontri singoli, con un dialogo più personale e poi con il banco di prova nell'interazione con i colleghi, dove da un punto di vista emotivo le persone si sentiranno pronte a scrostare le resistenze e agire nuovi comportamenti in un ambiente predisposto e preparato. La formazione è la componente che può aiutare la cooperativa a fare in modo che ogni lavoratore sia giustamente valorizzato. In questo modo technical e soft skills si compenetrano...

Aggiungo che abbiamo posto tutta la formazione del piano in una cornice più ampia, che è quella dell'essere operatori. Vorremmo che tutti i lavoratori, come singoli e collettivamente, acquisiscano una nuova consapevolezza del lavorare in cooperativa e diventi elemento identitario. La persona che lavora nella cooperativa deve potersi sentire accolta e valorizzata, dare il proprio contributo anche in termini di passione e coinvolgimento e ricevere il corretto compenso. In questo modo ciascuno potrà contribuire al valore che produce per la comunità – e sappiamo come queste farmacie possano farlo. È un arricchimento reciproco, motore di creatività e di innovazione.

- Oltre che più digitali, come diventerete più green?

Massimo Giovannelli

Molto operativamente faremo una formazione sulla tracciabilità per una corretta gestione del magazzino e delle scorte. In questo modo avremo esaustivamente sotto controllo le nostre dotazioni di farmaci e prodotti in relazione alle scadenze e questo eviterà i nostri sprechi. Tra l'altro abbiamo acquistato auto elettriche per la distribuzione dei farmaci a domicilio. Purtroppo, sugli sprechi, c'è il grande tema degli sprechi "di sistema", sul quale il

comportamento personale può agire solo nel lungo periodo. Faccio l'esempio del packaging delle medicine: se un piano terapeutico prevede 10 pasticche e si può acquistare solo una scatola da 20 che fine fanno quelle non utilizzate? Molto probabilmente non saranno utilizzate, scadranno e dovranno essere smaltite. In altri Paesi in farmacia si acquista precisamente il dosaggio prescritto dal medico e noi ci stiamo battendo affinché questa pratica virtuosa sia introdotta presto anche in Italia.

Più in generale la formazione che affronteremo avrà un approccio dove il "verde" sarà considerato prevalentemente a monte più che a valle, e quindi non tanto nella fase terminale degli smaltimenti (perché il rifiuto già c'è), quanto invece in quella di ideazione e produzione, per fare in modo che il rifiuto e lo scarto pericoloso non venga prodotto. Bisogna cioè agire, come dicevo prima, "nel sistema", ovvero dall'offerta dei prodotti, per influenzare chi produce attraverso comportamenti di acquisto che prediligono il rispetto dell'ambiente. Come cooperativa abbiamo una programmazione di acquisto di materiali sostenibili e riutilizzabili, ma sappiamo che, per agire concretamente su chi produce, dobbiamo cominciare da chi entra nelle nostre farmacie. Abbiamo quindi previsto una formazione per sensibilizzare il cliente a comperare di prodotti bio, realizzati eticamente e con materiali di filiere controllate, dove si utilizza solo il necessario e con poche emissioni. È chiaro che in farmacia abbiamo anche noi le marche tradizionali, che ci devono essere perché il cliente se li aspetta grazie a campagne marketing efficaci, ma qui entriamo in campo noi, con la nostra abilità di consigliare prodotti più sostenibili. Siamo operatori con una forte vocazione a diventare influencer "verdi".