



Dialogo sul piano formativo finanziato con l'Avviso 50 Aziendale
"Nuove competenze per agire la sostenibilità".

Il piano è stato ideato e progettato dall'ente formativo C.F.P. Nazareno Società Cooperativa Sociale per due imprese dell'Emilia-Romagna: Upm srl di Zola Predosa (BO), che fa progettazione di macchine automatiche e Ad Hoc srl di Bologna, che fa consulenza e ristorazione.

I nostri testimoni sono Giovanni Sanna di Nazareno e Nicola Annis di Ad Hoc srl

- Quali sono le caratteristiche del piano?

Giovanni Sanna – Nazareno. Il piano è stato progettato per due imprese tra loro diversissime per attività economica – meccanica e ristorazione – e vicinissime per la comune concezione del lavoro come valore sociale. Non nasce quindi come piano pluri-aziendale a *prescindere*, per giustapporre separate esigenze di crescita ma per connettere trasversalmente le sensibilità comuni che poi hanno trovato nell'Avviso aziendale di Fon.Coop la giusta valorizzazione.

Nello stile di Nazareno eravamo partiti dall'analisi dei fabbisogni, che è continuativa sui nostri clienti nell'arco dell'anno per censire i *gap*, le aree di miglioramento, le nuove strategie e definire poi quale formazione progettare – e con quale strumento finanziarla.

Nell'approfondire i fabbisogni delle due imprese abbiamo colto affinità importanti che ci hanno portato nella direzione della sostenibilità sociale indicata dall'Avviso Fon.Coop. Sia Ad Hoc che Upm sono infatti orientate a garantire benessere dei lavoratori, favoriscono l'integrazione tra vita lavorativa e quella privata e credono nell'*engagement* (motivazione, coinvolgimento, ingaggio) per costruire un clima "a misura d'uomo". Queste affinità ci hanno fatto capire che le due imprese potevano abitare lo stesso piano formativo.

- All'interno del piano, è possibile identificare una competenza trasversale dominante in tema di sostenibilità sociale?

Giovanni Sanna – Nazareno. Nelle attività comuni alle due imprese abbiamo introdotto la formazione alla *leadership*, da intendere come elemento chiave per la valorizzazione delle competenze distintive di ciascun lavoratore in una prospettiva di relazione e di riconoscimento per un miglioramento dell'organizzazione. In particolare, per Ad Hoc, che è una "micro" con un organico di 4 dipendenti, la formazione è rivolta a tutti i lavoratori e il rafforzamento della capacità di *leadership* individuale è da intendere come snodo primario per la costruzione dello spirito di squadra in un contesto lavorativo come un ristorante, che nella doppia componente cucina/sala è potenzialmente predisposto all'usura delle relazioni e quindi ai conflitti.

I nostri moduli formativi e le simulazioni approfondiranno collettivamente la prospettiva di sviluppare in ciascuno la capacità di essere leader di sé stessi, ovvero di svolgere responsabilmente, con autorevolezza e padronanza di sé, il proprio lavoro in costante confronto/ascolto dei colleghi. È importante nella *leadership* la dinamica dell'ascolto con percorsi che offrono gli strumenti per analizzare il proprio comportamento e quelli dei colleghi e migliorare reciprocamente le relazioni.

- Solo sostenibilità sociale, o anche altro?

Giovanni Sanna – Nazareno. Come si dice, l'appetito vien mangiando, specialmente quando gli interlocutori sono realtà molto strutturate e consapevoli. Il secondo tema condiviso nel piano è stato individuato in relazione alle norme emanate nel 2017 dall'Emilia-Romagna, che richiedono alle imprese che accedono ai finanziamenti del Fondo Sociale Europeo di sottoscrivere l'impegno a conseguire la certificazione in tema di Responsabilità Sociale d'Impresa (RSI).

Per le rispettive future prospettive di *business* entrambe le imprese erano interessate alla certificazione, che come noto affronta tutte le declinazioni della sostenibilità: ambientale, economica, sociale. Di nuovo c'è piena sintonia con i temi dell'Avviso.

- Quanto è costitutivo, per un imprenditore, il valore della sostenibilità?

Nicola Annis – Ad Hoc. Per noi di Ad Hoc la sostenibilità è costitutiva tanto quanto la bellezza. Siamo ristoratori perché gestiamo un ristorante (che mi piace definire *raffinato*) in centro a Bologna, e consulenti perché proponiamo modelli e soluzioni per esperienze sensoriali a tutto tondo, anche oltre la gastronomia.

Quando ci siamo costituiti abbiamo pensato che il modo migliore per far capire cosa volessimo fare era aprire uno spazio che rendesse tangibile il nostro lavoro dove la bellezza affiora nel rispetto della natura e delle persone.

Ecco così Fior di Sale, che è ristorante, *shop*, luogo d'incontri e di esperienze sensoriali, e che porta il nome di uno dei prodotti tipici delle nostre terre, il sale di Cervia, un frutto del mare che l'uomo raccoglie sapientemente per farne un ingrediente prezioso e accessibile.

Bellezza e sostenibilità per noi vanno a braccetto: c'è del metodo nel realizzare, ad esempio, un piatto che presuppone il benessere di chi lo fa (che non è stritolato da turni massacranti in cucina), che utilizza materie prime a chilometro zero, naturali, rispettose della chimica della terra, che evita sprechi e che viene presentato con garbo e gentilezza.

Oggi, e in un modo sempre più determinante, chi acquista lo fa responsabilmente, non è una moda passeggera dettata da qualche *influencer* e questo impone a noi imprenditori di seguire il solco della sostenibilità. Noi abbiamo scelto di innovare continuamente la nostra offerta di prodotti che è in continua trasformazione perché il nostro piccolo gruppo è stimolato a mettere in gioco la propria creatività e a misurarsi con le nuove sfide.

- Vi rivolgete a target di clientela elevata?

Nicola Annis – Ad Hoc. Non solo, altrimenti, mi verrebbe da dire, non potremmo definirci autenticamente sostenibili.

Io sono stato un dirigente d'azienda, nasco come Food and Beverage director di strutture alberghiere, ho gestito un progetto decennale con Illy Caffè – Divisione ristorativa e sono stato capo del marketing strategico della Moleksine per i prodotti speciali.

Nel 2018 ho capito che volevo una mia attività che esprimesse un benessere *dentro* e *fuori* i perimetri aziendali, e che fosse quindi autentico, reale, praticato. Ho attinto alle mie capacità ma anche al *genius loci*, alle caratteristiche della mia terra così generosa, disinvolta, geniale.

Con Ad Hoc, insieme a proposte e prodotti sicuramente costosi, rivolti ad una clientela 'che può' ci impegniamo in progetti sociali. Per la cooperativa Nazareno abbiamo avviato, con il nostro stile peculiare, un *bistrot* sociale e mense per servizi residenziali e diurni.

Il nostro motto è *Season to teste*, che in italiano si traduce, non a caso, "Aggiusta di sale!"

- Come ente di Formazione che da anni collabora con Fon.Coop, qual è il vostro giudizio sull'orientamento del Fondo della cooperazione ad indirizzare la domanda formativa delle aderenti su Avvisi che propongono temi specifici?

Giovanni Sanna – Nazareno. Noi siamo certi che della sostenibilità non si può più prescindere, sia il mondo delle imprese sia il mondo della formazione. L'impresa che dice "non mi interessa" – sia essa piccola, media, grande – sarà tagliata fuori.

Fon.Coop da circa due anni ha promosso politiche di finanziamento della formazione che accompagnano nelle imprese quei processi che portano ad affrontare sostenibilmente non "un" cambiamento generico ma "le tante" transizioni che si interconnettono – basti pensare a materie prime e digitale. Il tutto senza lasciare indietro nessuno, senza sprechi, senza scarti, senza scorie, come vogliono i nostri principi cooperativi.

Fon.Coop con i suoi Avvisi, e aggiungo naturalmente anche l'Avviso strategico, propone di generare innovazioni dal basso, di amplificare la capacità di lettura della realtà, di trovare alleanze valoriali con realtà affini del territorio per dare risposte al territorio, che sono la ricchezza di ogni realtà imprenditoriale.

Dal nostro punto di vista, che siamo un ente di formazione, questa nuova strategia avrà come effetto, nella platea delle aderenti, senso di appartenenza, fidelizzazione sulla base di valori. Voglio dire che se Fon.Coop può anche non essere attrattivo per chi vuole genericamente fare solo formazione tecnica e specialistica sulle competenze *core*, sta tuttavia diventando il punto di riferimento per chi fa innovazione sostenibile: *in primis* le cooperative, ma anche chi capisce che la via cooperativa è vincente, come ha ben compreso Ad Hoc srl.

Forse non tutti capiscono questa scelta, ma a nostro parere è la scelta giusta, anche se di fatto ha imposto, a noi che intermediamo domanda e offerta, di cambiare schema di *business*. Specialmente verso le imprese che definirei più tradizionali e che fanno più fatica a concepire la formazione come trasformazione.

- Con un Avviso aziendale senza obiettivi avreste proposto comunque questo piano?

Giovanni Sanna – Nazareno. Direi proprio di sì, la componente della formazione trasversale è stata sempre un *must* in tutti gli Avvisi passati.

E tuttavia il 50, con i suoi indirizzi precisi, ha premiato le connessioni specifiche evidenziate dalla sostenibilità, che sono poi le connessioni più fertili in termini di innovazione e di crescita.