



comunicato stampa n. 99
XXXVI EDIZIONE
MEETING PER L'AMICIZIA FRA I POPOLI
#meeting15
20-26 Agosto Rimini Fiera

Talenti e capitale umano

Rimini, 25 agosto 2015 – Il capitale umano è la risorsa più importante per un'azienda moderna, innovativa e competitiva sul mercato. Individuare e mettere in luce i talenti, porli nelle condizioni di esprimersi è la base del successo di un'impresa. Due case history importanti, Technogym marchio leader mondiale nel settore wellness, forma fisica e salute delle persone e Sky Italia, sono gli esempi presentati durante l'incontro di questa sera, "Talenti e capitale umano" (Sala Neri Conai), presentato dal presidente della Fondazione per la Sussidiarietà Giorgio Vittadini. Protagonisti della riflessione due importanti manager italiani: il fondatore e presidente di Technogym Nerio Alessandri e l'Ad di Sky, Andrea Zappia.

"Cosa significa puntare sulla persona?", la domanda posta in apertura da Vittadini ai due relatori. "Ripeto sempre: toglieteci tutto ma non il valore delle persone. Perché se sono motivate, capaci, sono loro a fare la differenza e a consentire di raggiungere gli obiettivi che un'azienda si è data. Il loro talento è ingrediente essenziale di un successo", ha risposto Alessandri. "Ma il talento non è solo qualcosa d'innato, è qualcosa che puoi fare crescere con esperienza e lavoro, qualcosa che si esprime se abbiamo la capacità di fare sentire la persona parte di un progetto. Il mio ruolo a Technogym equivale a quello di un allenatore e cerco di tirare fuori il meglio dal gruppo che ho intorno".

Del resto la storia della sua impresa comincia dentro il garage di casa dove l'allora ventiduenne Alessandri, comincia a costruire le prime macchine per fare ginnastica. "Ho cominciato con un gruppo di amici e vicini di casa e oggi quando siamo diventati fornitori ufficiali di cinque Olimpiadi consecutive – i loro prodotti saranno anche ai Giochi brasiliani del prossimo anno – con esportazioni in cento Paesi e che portano il 90 per cento dei nostri prodotti fuori dall'Italia, sono ancora tutti con me. Tutti noi abbiamo mantenuto la stessa curiosità, la stessa fame di migliorarci, lo stesso desiderio di alzare ogni giorno l'asticella dei nostri obiettivi ed è quello che ogni giorno cerchiamo di trasmettere a tutte le persone che lavorano con noi".

Secondo Zappia atteggiamento e spirito con cui ci si relaziona alle persone non cambia neppure in una grande multinazionale sbarcata in Italia non certo con le dimensioni della neonata Technogym. "Oggi il tema del 'purpose', del perché si è in una azienda è centrale. Un argomento che rimanda direttamente alla responsabilità individuale e collettiva di chi lavora. In particolare in una realtà come Sky dove operano decine di professionalità differenti – ha spiegato Andrea Zappia – il talento si coniuga sempre con innovazione. Abbiamo portato nel nostro Paese servizi on demand, alta definizione, 3D, e non è casuale che per il nostro servizio clienti, è il digital first in Italia, abbiamo selezionato giovani nativi digitali. Gli unici in grado di pensare questo tipo di servizio già in termini di futuro e non di semplice adattamento a nuovi strumenti".

Per entrambi i manager, le parole chiave per selezionare una nuova persona sono tre: motivazione, passione e curiosità. Attitudini certamente difficili da individuare in un colloquio di lavoro o in un curriculum, ma che a loro avviso rappresentano le condizioni per un inserimento lavorativo di successo. Soprattutto in un momento di grande cambiamento come quello attuale. Secondo Alessandri "dopo la fase della green e della digital economy, stiamo entrando in quella della wellness economy, dove si produrrà benessere, salute", una fase che richiede la necessità di lavorare su innovazione, creatività, sviluppo di nuovi talenti e responsabilità sociale dell'impresa. Alessandri fa un esempio: "Grazie a un nostro giovane



collaboratore in occasione di Expo abbiamo creato una app con la quale chi fa ginnastica ci comunica quante calorie brucia. Raccogliamo questi dati e li traduciamo in pasti che l'azienda finanzia nei Paesi dove c'è il problema della fame. In questi mesi ne abbiamo raccolti 250 mila. Mica ci avrei mai pensato vent'anni fa nel garage di casa mia, dove l'azienda è nata".

Anche per Zappia la scommessa è sul futuro: "Le idee buone sono quelle realizzabili, preferisco lavorare sul 'marginal gain', sul migliorare ogni giorno la qualità di quello che facciamo ma oggi Sky Italia è anche un grande studio di produzione TV. Siamo cresciuti seguendo i serial Usa e pensavamo che nel nostro Paese non fosse possibile realizzarle a qui livelli. Invece Gomorra è andato in onda in lingua originale e sottotitolato in cento Paesi ed è la dimostrazione della creatività, della qualità e della capacità realizzativa italiana".

(C.B.)

Segreteria Ufficio Stampa
tel. 0541/1832517 mail: press@meetingrimini.org

Fondazione Meeting per l'amicizia fra i popoli
www.meetingrimini.org