



GESTIONE RISORSE UMANE

Decathlon: miglior ambiente di lavoro della GdO

Al primo anno di partecipazione all'indagine sui migliori ambienti di lavoro Decathlon si attesta in decima posizione, prima fra le società con più di 3000 dipendenti, terza considerando le società con più di 1000 dipendenti. Responsabilità, sincerità e vitalità i valori a cui fa riferimento il gruppo francese. Ne abbiamo parlato con il Direttore Risorse Umane, Fabrizio Sechi.

di Alberico Moro

Dott. Sechi, leggendo la lista Great Place to Work balza agli occhi un dato importante: Decathlon è la società con più dipendenti fra le prime 35 escludendo Mediamarket...

Sì, io ho dato due connotazioni alla classifica: delle prime dieci siamo l'unica della GDO e l'unica con almeno 3000 dipendenti. La gestione delle risorse umane probabilmente è un po' più semplice quando le persone sono di meno.

Qual è l'obiettivo dell'indagine per voi?

E' il primo anno che partecipiamo, abbiamo seguito un po' le indicazioni forniteci dall'organizzazione. Abbiamo somministrato l'indagine a 400 persone. L'indagine è unita ad una "survey" interna che facciamo ogni anno nel mese di aprile a cui partecipano tutti denominata collaboratore vincente con un tasso di risposta molto alto. Il senso di identità da noi è molto forte, c'è un'identificazione diretta nell'azienda da parte delle persone. Penso dunque che la classifica GPTW sia una cartina "tornasole" e dimostra quanto sia forte il coinvolgimento delle persone. Qui stanno bene perché si rispecchiano nei valori di Decathlon e lo dimostrano. Continueremo a fare la nostra indagine interna e rifaremo la GPTW. L'obiettivo è stato avere un metro di paragone più allargato rispetto alla survey interna, poter avere cioè un paragone con altre aziende. Essere pubblicati e uscire come buon ambiente di lavoro rappresenta anche una buona operazione di Employer Branding e dà senso al nostro lavoro quotidiano.

Le persone si riconoscono nei valori di Decathlon? Quali sono? Come li traducete nel quotidiano?

I nostri valori sono essere responsabile, essere vero (dal francese - trasparente), la sincerità e la vitalità. Un ruolo fondamentale nel trasmettere i valori e farli vivere giornalmente è quello dei "Patron" (ovvero i manager). Sono loro i primi responsabili delle risorse umane. Sono loro che veicolano le informazioni e che parlano in prima battuta con le persone. Tutto il percorso di inserimento e di formazione è gestito dal "Patron": è lui che cerca le persone, le assume, le integra, le forma, le gestisce e le fa crescere.

E il vostro ruolo?

Noi aiutiamo a veicolare il senso, la direzione, formiamo i manager, facciamo coaching e diamo gli strumenti per gestire al meglio la relazione con le persone del negozio e dei depositi. E' molto importante dunque la nostra capacità di coinvolgerli.

Le Risorse Umane si pongono, rispetto ai manager, come dei "business partner" che credo sia la traduzione ideale del nostro ruolo nei loro confronti. In effetti il nostro ruolo è quello di migliorare il business aiutando a sviluppare la risorsa più importante di un'Azienda: le persone.

Sono loro poi che mettono in campo la delega di responsabilità e creano fiducia attraverso un rapporto informale e allo stesso tempo estremamente responsabile. Con 51 negozi e 3 depositi, ognuno dei quali vive di vita propria, il nostro ruolo come direzione risorse umane è anche quello di distribuire capillarmente le informazioni in maniera omogenea e il più corretta e semplice possibile.

I punti critici?

I punti critici sono collegati alla parte retributiva, soprattutto per i più giovani. Da noi i più giovani sono i neo-laureati alla prima esperienza di lavoro, per questo la leva retributiva non è ancora così importante. D'altra parte ci siamo resi conto che le persone facevano un po' di fatica a comprendere il pacchetto retributivo, riducendolo unicamente agli aspetti monetari. Siamo intervenuti creando un supporto di comunicazione e spiegazione del pacchetto retributivo, (chiamato bilancio salariale individuale) che ha come finalità spiegare il pacchetto retributivo globale, ovvero quello che è monetario e quello che non è monetario ma che rappresenta un investimento per l'azienda e un compenso per la persona. Nel Bilancio viene elencato tutto ciò che la persona ha ricevuto (parliamo anche di retribuzione indiretta), quanto ad

esempio l'azienda e la persona hanno versato in termini di contributi previdenziali, TFR, premi etc... Nella leva non monetaria ci sono anche gli investimenti in formazione e sul clima, inteso come qualità della vita all'interno dell'azienda. Un'altra iniziativa che ci caratterizza è un fondo che ha l'obiettivo di favorire la pratica dello sport dei nostri dipendenti. Decathlon destina lo 0,3 % della massa salariale a questo fondo. In una "vecchia" azienda lo avremmo potuto identificare nel CRAL che però ha un indirizzo più ampio. Nel nostro caso ogni negozio ha a disposizione questo fondo e lo utilizza per favorire la pratica dello sport ai propri dipendenti: offrendo l'iscrizione in palestra, l'iscrizione alla maratona, la partecipazione attiva ad una qualsiasi disciplina sportiva.

E' in linea con i vostri prodotti e servizi.

Ci interessa avere dipendenti in forma ma soprattutto con uno spirito sportivo in senso lato, ci interessa avere persone appassionate di sport. Non cerchiamo solo lo sportivo professionista, ma la persona appassionata che possa trasmettere questa passione al cliente. In questo credo che abbiamo un vantaggio rispetto ad altri, credo che per molte persone sia più motivante vendere articoli sportivi rispetto ad altri prodotti. Spesso, durante momenti di formazione interni, sottolineo che vendiamo sport e quindi vendiamo vita: è un "asset" forte, è un valore aggiunto importante che ci differenzia.

I vostri obiettivi?

L'obiettivo è continuare a lavorare bene per soddisfare i clienti rispettando il nostro senso: rendere lo sport accessibile al maggior numero di persone. Incrociando le dita Decathlon continua a fare bene. Il business funziona. Continua a svilupparsi: ogni anno cresciamo a livello di persone e di negozi.

Prima ha accennato alla formazione dei manager di negozio. La formazione è legata anche agli obiettivi di crescita e sviluppo.

La formazione è un altro campo in cui si investe tanto ed è molto strutturata. Abbiamo una scuola di formazione interna che chiamiamo "scuola dei mestieri" gestita da noi delle HR sia a livello organizzativo sia di pianificazione. Il 99% dei formatori sono interni. Prendono una "patente" che chiamiamo "monitorato". Il "monitore" è colui che forma le persone su un determinato argomento: vendita, merchandising, prodotto. Oltre ad essere competente sulla materia, è una persona che deve saper stare in aula. I monitori partecipano ad un modulo formativo specifico: chiunque forma viene formato per essere in grado di stare in aula. Può capitare che la persona più competente del mondo dica una banalità, ma se non ha gli strumenti per trasmettere le sue conoscenze e competenze, non passa niente. Ogni singola figura professionale, dall'addetto vendita al direttore di negozio, ha un suo percorso formativo che si sviluppa nei primi anni di attività e va ad abbracciare tutte le aree di intervento necessarie per la figura. Negli ultimi anni stiamo investendo anche sulla formazione online. Per determinati corsi le persone possono accedere a questa piattaforma di auto-formazione.

27-3-2009

LINK ALL'ARTICOLO:

www.eccellere.com/public/rubriche/gestionerisorseumane/Intervista_Fabrizio_Sechi_Decathlon-102.asp

I testi rimangono proprietà intellettuale e artistica dei rispettivi autori. 2010 -



I contenuti di **Eccellere** sono concessi sotto la **Licenza Creative Commons Attribuzione - Non commerciale 3.0 Unported**. Ulteriori informazioni sono disponibili alla pagina **Note legali** (www.eccellere.com/notelegali.htm).