

PEOPLE & ORGANIZATION: LE BEST PRACTICE TELMOTOR

Il modello di welfare aziendale Telmotor punta su progetti trasversali, politiche incentivanti, bilanciamento work-life e soprattutto su percorsi personalizzati come acceleratori di competenze tecniche e soft. Con 5450 ore di formazione erogate, sale a +38% rispetto al 2023 il numero di corsi organizzati.

Bergamo, settembre 2024 – Offrire un ambiente di lavoro stimolante, di crescita professionale, inclusivo, capace di coinvolgere e porre al centro le persone e i loro bisogni è un fattore sempre più decisivo per poter realizzare gli obiettivi aziendali: in questa direzione si muovono ormai da diversi anni **le politiche e le strategie di gestione delle risorse umane di Telmotor**, caratterizzate da una people strategy in costante evoluzione che punta a favorire il benessere dei dipendenti.

Il big player di soluzioni altamente specializzate per i settori illuminazione, automazione industriale ed energia conta circa **350 collaboratori, di cui oltre il 30% sono tecnici specializzati** nelle due business unit Industry Automation ed Energy & Lighting Solutions: per questo, tra le principali attività del piano welfare su cui si concentra l'ufficio **People & Organization, ci sono i progetti di sviluppo e formazione.**

A confermarne l'importanza sono i numeri dei percorsi avviati nel 2024: **5450 ore di formazione**, a cura di docenti sia interni che esterni, con il coinvolgimento di 100 tecnici su 40 corsi per un totale di 2300 ore e di 65 figure commerciali per 1500 ore – raggiungendo rispettivamente un incremento del +38% e del 13% dei corsi erogati, con 180 ore di formazione tecnica in più rispetto al 2023.

“Uno dei pilastri della nostra identità organizzativa è il miglioramento continuo. Per raggiungerlo, da diversi anni abbiamo impostato un piano annuale formativo, articolato in base a funzioni e livelli di conoscenze, e ottenuto dal lavoro di mappatura delle competenze a cadenza regolare. Offriamo a tutti i collaboratori opportunità costanti in termini di sviluppo e crescita professionale. Le persone sono al centro della nostra strategia organizzativa, per questo i percorsi offerti sono costruiti in base alle esigenze della risorsa o dell'area coinvolta. Quest'anno abbiamo puntato molto sulla formazione, in particolare su quella tecnica, che coinvolge anche la parte commerciale: in un contesto come quello in cui operiamo, aggiornare le conoscenze e le abilità, che possono velocemente diventare obsolete, acquisisce un ruolo strategico sempre più determinante e influisce sulla competitività e il successo dei nostri collaboratori”, specifica **Francesca Caironi, People & Organization Manager di Telmotor.**

L'offerta formativa viene impostata a seguito di *assessment* puntuali, volti a definire singole aree di miglioramento che vengono poi accorpate per costruire percorsi di formazione di gruppo o attività mirate di coaching individuale in ottica di *upskilling* e *reskilling*.

Telmotor promuove fortemente anche l'apprendimento sul campo, in affiancamento con colleghi senior e tutor, e l'autoformazione e responsabilizzazione del singolo per la propria employability. Ecco che entrano così in gioco anche i percorsi di onboarding, che si occupano di seguire

l'inserimento in azienda dei neoassunti. "Negli ultimi cinque anni in Telmotor - spiega Caironi - abbiamo riservato grande attenzione alle assunzioni di neo-diplomati e neo-laureati, tanto che i nuovi ingressi in azienda di giovani sono stati 38. Costruire un ambiente di lavoro dinamico, paritario, capace di mettere al centro le risorse, fa parte dei processi di induction che riteniamo fondamentali. Per questo agiamo creando da subito un ambiente favorevole alla crescita professionale e fornendo tutti gli strumenti utili per lavorare al meglio sin dai primi giorni. Desideriamo promuovere e incentivare lo sviluppo delle competenze di tutti i collaboratori, avvicinando tutte le risorse, comprese quelle della generazione Z, ai valori e alla cultura aziendali".

Un ruolo importante è dato alla **comunicazione interna aziendale**, intesa sia come strumento di condivisione, che come veicolo di coinvolgimento e relazione.

Fondamentale all'interno della strategia Telmotor risulta inoltre essere la promozione e l'organizzazione di incontri specifici one to one, attività di role play per l'area commerciale, percorsi strutturati di tutoraggio, colloqui annuali tra collaboratori e responsabili, incontri di brainstorming su tematiche innovative.

La volontà di offrire ai collaboratori un adeguato **work-life balance** ha portato inoltre Telmotor a lavorare sulla digitalizzazione dei processi e sull'introduzione del lavoro agile come opportunità di bilanciamento vita-lavoro. Lo sportello psicologico gratuito, le borse di studio per i figli dei dipendenti e i contest creativi (per i figli fino ai 10 anni di età), la partecipazione attiva in orario lavorativo a momenti community di incontro con associazioni onlus che si occupano di disabilità e persone fragili e gli eventi annuali sono alcune delle tante attività che favoriscono la *retention* dei collaboratori insieme alle **politiche incentivanti**, sempre definite per funzioni chiave e per MBO, che prevedono su base annuale un sistema incentivante e sfidante, basato su analisi qualitative e quantitative.

"Mettere al centro delle politiche aziendali il benessere e la crescita professionale del proprio capitale umano oggi non è più un'opzione, bensì una fondamentale leva strategica per il successo di un'azienda - conclude Caironi -. La formazione continua fa crescere le competenze delle risorse, così come il senso di appartenenza, mentre i progetti cross company attuati in questi anni permettono di rendere le persone non solo visibili, ma anche partecipi: sanno che possono dare un contributo importante e sempre preso in considerazione".

About Telmotor SpA Telmotor SpA nasce a Bergamo nel 1973 come azienda specializzata nelle forniture elettriche e nella distribuzione di prodotti e marchi di qualità per l'automazione industriale. Negli anni Telmotor ha progressivamente ampliato le proprie competenze al settore della distribuzione di energia, all'illuminazione, alla building & home technology e alle energie rinnovabili, gestendo soluzioni integrate ad ampio raggio per il mondo dell'industria, delle infrastrutture e del terziario.

Costituita da due grandi Business Unit - Industry Automation ed Energy & Lighting Solutions - Telmotor oggi conta ben dodici diverse sedi aziendali e 350 collaboratori, raggiungendo un volume di affari superiore ai 220 milioni di euro. L'alto profilo tecnico dell'azienda, il personale qualificato e in costante aggiornamento, l'attitudine al problem solving, l'accurata e attenta selezione dei marchi e dei prodotti gestiti, la rapidità del servizio, la consulenza al cliente e l'attenzione alle evoluzioni del settore sono i tratti distintivi della filosofia aziendale che hanno reso Telmotor un punto di riferimento del settore a livello internazionale.

Nel 2021, per proseguire nel percorso di crescita e valorizzazione del proprio tratto distintivo votato all'innovazione, Telmotor ha costruito un network di imprese chiamato "Diginnova" per proporre soluzioni innovative digitali tra le quali Reti e Cybersecurity, Building solutions, Robotica, Virtual commissioning, Intelligenza artificiale, etc. Si tratta di una holding, partecipata al 100% da Telmotor costituita con l'obiettivo di creare relazioni e partnership in grado di ampliare competenze e servizi da mettere a disposizione del cliente sempre più alla ricerca di soluzioni integrate.

Telmotor è l'unico distributore Solution Partner Siemens nelle Divisioni Digital Factory e Process Industries sul mercato italiano ed internazionale.

Per maggiori informazioni:

Ufficio Stampa Moma Comunicazione

ufficiostampa@momacomunicazione.it

Virginia Coletta - 39 392 96.72.555