



a cura di
Valeria Norreri
Strategic Group Marketing
and Communication – Nestlé

Le politiche di Welfare in Nestlé: il racconto di chi ci lavora

La mia esperienza manageriale

Ho iniziato a lavorare in Nestlé circa 15 anni fa nell'area marketing del Gruppo.

Amo il mio lavoro e affronto ogni sfida professionale con tenacia ed energia, qualità che mi contraddistinguono sia nella vita personale che professionale.

Il mio lavoro mi ha permesso di coltivare negli anni la mia grande passione per il Made in Italy, a cui ho dedicato e continuo a dedicare la mia carriera. Mi è stata affidata infatti l'opportunità di guidare la strategia di sviluppo internazionale di alcuni tra i più noti brand del Gruppo Nestlé, come S. Pellegrino, Acqua Panna e Baci Perugina, oggi diventati icone di italianità nel mondo.

Lo scorso anno sono stata nominata *Strategic Group Marketing e Communication Manager* per il Gruppo Nestlé in Italia, con l'obiettivo di valorizzare la Corporate brand image e il suo purpose, in linea con le attività dei nostri brand. La mia sfida principale è dare voce a una narrativa di Gruppo per far conoscere e valorizzare la reputazione aziendale raccontando, attraverso i prodotti, il nostro impatto positivo sulle comunità in cui operiamo e il nostro impegno per il pianeta e per le persone. Avere la

responsabilità di guidare la strategia di reputazione del Gruppo mi rende orgogliosa della mia carriera e dei risultati che ho raggiunto.

Durante il mio percorso professionale, però, come a tante altre donne, mi è successo spesso di ricevere commenti inopportuni e di essere stata definita 'carina' e non brava; di dover alzare la voce per farmi ascoltare; di dover riordinare la sala riunioni dopo un meeting 'perché è un compito da donna'. Come reazione, sbagliando, lo ammetto, spesso ho cercato di uniformarmi agli stereotipi maschili solo per essere accettata e sentirmi 'parte del gruppo'. Ricordo ancora quando mi obbligavo a leggere le pagine della *Gazzetta dello Sport* per aprire il meeting del lunedì con battute calcistiche, lontane dai miei reali interessi. Ciò nonostante, mi ritengo comunque una donna fortunata perché, soprattutto in questi momenti, ho avuto al mio fianco leader illuminati che mi hanno accompagnato e permesso di fare delle scelte consapevoli, dandomi fiducia e soprattutto supportandomi.

Tra i momenti che più hanno segnato la mia carriera, ricordo il periodo in cui stavo ancora allattando il mio primo

figlio ma era necessario presenziassi ad un importante workshop di qualche giorno che si teneva fuori Milano. Mi fu data la possibilità di partecipare mettendomi a disposizione una camera per ospitare non solo me ma anche la baby-sitter, mia mamma, e il mio piccolino. Era stato organizzato tutto in base ai miei bisogni, avevano persino fissato le pause nei tempi in cui necessitavo di allattare, il tutto in piena serenità. Ai tempi seguivo il marketing globale per l'acqua S. Pellegrino e giravo parecchio il mondo. La mia gravidanza, il mio essere mamma non mi ha obbligato a fare delle scelte difficili e a rinunciare a quel ruolo che con impegno mi ero conquistata e mi era stato affidato. Ha richiesto un po' di organizzazione e supporto da casa ma sono riuscita a conciliare la voglia di andare avanti e la mia nuova avventura come mamma.

Certo, a volte con tanta stanchezza e poco tempo per me stessa, ma sono orgogliosa del fatto che nessuno abbia deciso per me che non ce l'avrei fatta; anzi, mi è stato chiesto di continuare questo percorso, e ci sono riuscita grazie alla complicità di mio marito e della mia famiglia. Un buon riconoscimento di fiducia e responsabilità condivisa.

Per questo sono grata anche alla mia azienda: Nestlé favorisce da sempre l'equilibrio tra vita professionale e personale, nella convinzione che un ambiente di lavoro più sereno faciliti il coinvolgimento delle persone nel conseguire gli obiettivi. Come mamma, sin dai primi giorni della gravidanza e durante il periodo di maternità, ho sempre ricevuto supporto. Questo mi ha permesso di continuare il mio percorso professionale con serenità e passione.

Negli anni ho imparato che è giusto anche concedersi delle pause e ritagliarsi degli spazi per coltivare le proprie passioni. Tra i miei più grandi interessi rientra il tema dell'empowerment delle donne: un argomento a cui tengo particolarmente e di cui spesso parlo anche con mia figlia, perché si senta sempre in grado di portare avanti i suoi obiettivi. Le ho regalato il libro *Storie della buonanotte per bambine ribelli*, mi sono convinta a comprarlo quando nell'introduzione ho letto: «sognate più in grande, puntate più in alto, lottate con più energia». Voglio che sia per lei una guida e che prenda esempio dalle avvincenti storie di donne coraggiose.

L'attenzione a questo tema mi ha permesso di avvicinarmi anche al programma di mentorship attivo in Nestlé, a cui partecipo con grande entusiasmo per guidare la carriera delle donne più giovani, motivandole ad essere performanti e raggiungere i loro obiettivi. Un programma in linea con l'obiettivo del Gruppo di aumentare la presenza delle donne nelle posizioni manageriali.

Le politiche di welfare aziendale

In Nestlé siamo convinti che l'inclusione e la valorizzazione della diversità ci aiutino a crescere sia come persone

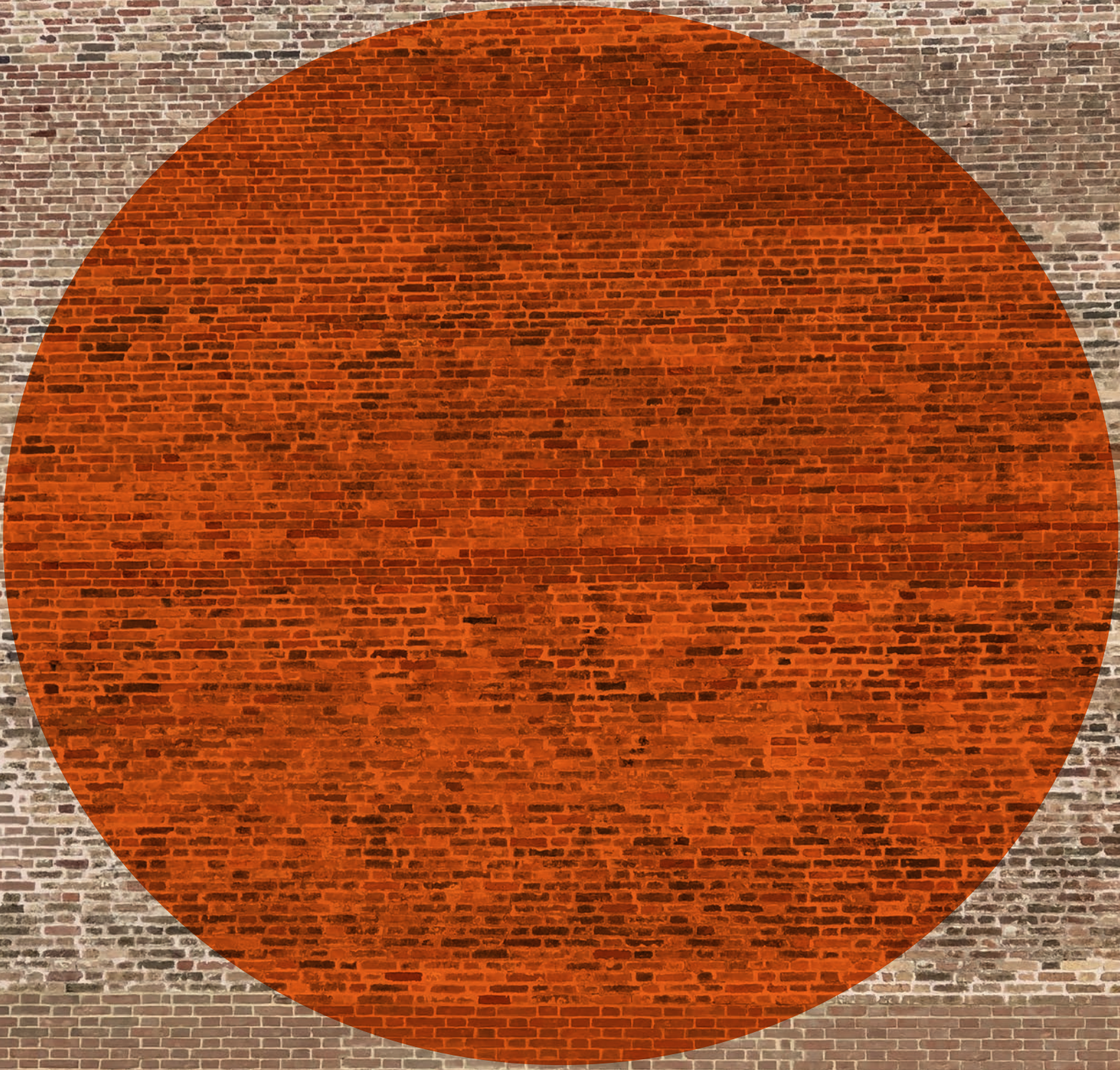
che come azienda. Per questo vogliamo creare un ambiente di lavoro, una cultura d'impresa e un modello di leadership che garantiscano pari opportunità a tutti e a tutti i livelli. Il concetto che sta alla base dei progetti che sviluppiamo è che ognuno di noi, nel suo piccolo, può e deve contribuire a promuovere e a difendere una cultura di inclusione e di valorizzazione delle persone.

L'iniziativa di cui siamo più fieri è quella delle *Emotional Communities*: gruppi di colleghi di funzioni diverse fra loro che si riuniscono per sviluppare e diffondere una cultura inclusiva. LGBTQ+, Gender Balance, Young, Disabilità, Volontariato, Biblioteca, Green, Multiculturalità sono solo alcune delle communities che operano all'interno della nostra azienda. Ad esempio, la community LGBTQ+, oltre a gestire la presenza di Nestlé al Pride, ha organizzato e continua ad organizzare incontri aperti a tutti i colleghi per sensibilizzarli sull'inclusione delle persone LGBTQ+. Molto attiva anche la community Gender Balance che, insieme alla community LGBTQ+, ha sviluppato un workshop di comunicazione per avvicinare i dipendenti di Nestlé a un linguaggio aperto ed inclusivo.

Le iniziative sviluppate a favore della parità di genere hanno portato ad avere oltre il 40% dei manager di Nestlé in Italia donne. Un tasso destinato a crescere, perché il gender balance rappresenta una priorità per il Gruppo: nel 2019 e nel 2021 Nestlé è entrata a far parte del Bloomberg Gender-Equality Index (GEI), l'indice che include le aziende che si contraddistinguono per il loro impegno verso le tematiche di genere e che sviluppano programmi per la parità tra uomo e donna.

In quanto azienda che da sempre si rivolge ai bambini fino a prima della

loro nascita, Nestlé è molto attenta alle esigenze dei genitori che lavorano in azienda. Sono numerose le iniziative di Nestlé per supportare i genitori. Penso ad esempio all'asilo nido aziendale presso lo stabilimento Perugina di San Sisto o all'asilo nido convenzionato presso l'headquarter di Assago. A questo si aggiungono le iniziative organizzate dalla community Genitorialità, come i progetti per portare i bambini in ufficio durante i periodi di chiusura delle scuole (prima del Covid). A dicembre 2019 il Gruppo ha inoltre annunciato una nuova politica di sostegno alla genitorialità, estendendo a 18 settimane il congedo parentale per tutti i caregiver primari, rispetto alle 14 settimane previste in precedenza. Sempre in questo ambito, a febbraio 2021 abbiamo lanciato la Nestlé Parenting Initiative, un progetto internazionale finalizzato a supportare i neogenitori di tutto il mondo ad affrontare l'esperienza genitoriale con serenità e consapevolezza. In Italia la community Genitorialità è stata fin da subito coinvolta per sviluppare ulteriori progettualità rivolte ai neogenitori che lavorano per noi.



STUDIO
GENERALI
A CURA
DELLA
CANTIERA