

Quando essere genitori è un valore aggiunto, anche sul lavoro

Date : 19 luglio 2019

Prendersi cura di un figlio cambia le persone in meglio, aiutandole a maturare competenze utili anche sul posto di lavoro: si tratta di competenze relazionali (comunicazione +25%; empatia +19%), capacità organizzative (delega +35%; gestione delle priorità +31%) e d'innovazione (problem solving +16%, gestione del cambiamento +15%; creatività +14%). Questi i dati forniti da "MAAM" ovvero il programma di formazione "Maternity as a Master" che ha l'obiettivo di **individuare queste "soft skills" sviluppate dai neogenitori in famiglia per valorizzarle sul posto di lavoro.**

Si tratta di un approccio diametralmente opposto alla tradizionale diffidenza, o peggio ostilità, con cui l'arrivo di un bambino è troppo spesso accolto nelle aziende. Al programma hanno appena aderito le prime aziende italiane del settore ferroviario, **Trenord e Gruppo FNM, che stringono così una nuova collaborazione con Life Based Value**, società promotrice del programma che ha l'obiettivo di "aumentare il capitale umano coinvolgendo le aziende stesse come agenti di cambiamento".

A partire da settembre, gli oltre 5500 dipendenti delle società del Gruppo potranno aderire a tre percorsi formativi, ideati con l'obiettivo di guidare i lavoratori e i loro responsabili a maturare una maggiore consapevolezza delle soft skills acquisite grazie alle esperienze di vita e a capire come applicarle al percorso lavorativo.

Il master MAAM è riservato a neomamme e neopapà con figli entro i 3 anni (oltre 500 nel gruppo FNM) e si basa su lezioni "virtuali" ed esercizi pratici. A questo si aggiungono i **webinar REACH, per tutti i dipendenti impegnati nella cura di bambini, genitori anziani o volontariato e pre responsabili HR e manager e infine MAXIMIZE, un corso online riservato ai dirigenti** che ha l'obiettivo di individuare e valorizzare le competenze trasversali dei collaboratori.

"Contribuire a creare un legame più stretto e un 'dialogo' costante tra la vita personale e familiare e la vita lavorativa – sottolinea **il presidente di FNM Andrea Gibelli** – è un valore culturale importante che questo progetto porta con sé. Spesso c'è la tendenza a considerare i due ambiti come realtà distinte, non solo in termini fisici. Scoprire invece che **le esperienze della vita personale migliorano l'ambiente lavorativo in maniera significativa** fa crescere consapevolezza e benessere personale, a vantaggio anche dell'azienda nel suo insieme. Va in questa stessa direzione una esperienza positiva, come quella dello 'smart working', che FNM ha sperimentato negli ultimi mesi e reso ora misura stabile di organizzazione aziendale".

Marco Piuri, AD di Trenord e Direttore Generale del Gruppo FNM, ha dichiarato: "Essere genitori e svolgere attività di assistenza sono un valore aggiunto per i dipendenti stessi e per

l'azienda: con l'adesione al progetto MAAM vogliamo guidare le società del Gruppo a rafforzare questa consapevolezza, a beneficio della vita professionale e personale di tutti i nostri collaboratori. Essendo i primi a introdurre il progetto in un'azienda ferroviaria, vogliamo inoltre ribadire che **essere mamma è una ricchezza**, anche in un ambiente tradizionalmente visto come maschile”.