UNA NUOVA CULTURA DELLA GENITORIALITÀ.

La valorizzazione
delle esperienze di vita
in Barilla

LIFEED
CARING FOR PEOPLE

CASE STUDY

1

AZIENDA

BARILLA

Barilla S.p.A. è un'azienda multinazionale italiana, che opera nel settore alimentare. È leader mondiale nel mercato della pasta, dei sughi pronti in Europa, dei prodotti da forno in Italia e dei pani croccanti nei Paesi scandinavi. Nata a Parma nel 1877, Barilla è oggi **presente in oltre 100 Paesi**, con un fatturato di 3,8 miliardi di euro e circa 8.500 dipendenti nel mondo.

Nella strategia di crescita di Barilla, **la diversità rappresenta un obiettivo fondamentale**: uguaglianza, inclusione e diversità sono da tempo parte integrante della cultura, dei valori, del codice etico e del modello di business dell'azienda che considera le sue persone come la risorsa più preziosa.

"Promuovere diversità e inclusione non significa solo 'fare la cosa giusta', ma anche sostenere la nostra strategia di crescita. Una forza lavoro diversificata e una cultura inclusiva stimolano il coinvolgimento e consentono una comprensione più profonda della società"

Claudio Colzani
Amministratore Delegato
Gruppo Barilla

Barilla

The Italian Food Company. Since 1877.

SETTORE
Food

PRESENZA GLOBALE
Oltre 100 Paesi

SITO WEB
www.barillagroup.com

CLIENTE LIFEED
dal 2018

2

CHALLENGE

Barilla desiderava superare l'approccio tradizionale alla maternità e alla paternità, per diffondere in tutta l'azienda una **nuova cultura della genitorialità** in grado di valorizzare le persone nella loro interezza.

Barilla crede fermamente che diventare ed essere genitori, come tutte le transizioni di vita e in particolare quelle di caring, rappresenti **un'esperienza potenziante** e possa rafforzare molte *human skills* utili in futuro sul lavoro e viceversa.

> *Lifeed ha contribuito a innescare un fortissimo processo di consapevolezza su come fasi di vita delicate, come la genitorialità, diventino occasione di crescita e sviluppo per le nostre persone e per l'azienda*

Elena Scolaro
HR Business Partner
Barilla

3

SOLUZIONE

LIFEED
CARING FOR PEOPLE

WINPARENTING PROGRAM

GENITORI

Dopo aver condotto una serie di focus group interni, Barilla nel 2018 ha lanciato ***Winparenting Program*** con l'obiettivo di **supportare i genitori e i loro manager** nella transizione della genitorialità, attraverso iniziative di valorizzazione delle persone e di supporto concreto. Fra le principali iniziative annovera:

- **un sito dedicato** ai neo-genitori e ai loro manager, che contiene informazioni aggiornate sulla legislazione vigente nonché linee guida, consigli, servizi e testimonianze per ciascuna fase della genitorialità (prima del congedo, durante il congedo e ritorno al lavoro).

- **un programma di counseling** che prevede quattro incontri (uno di gruppo e tre di counseling individuale) che hanno l'obiettivo di offrire supporto e strumenti concreti per un ritorno al lavoro il più sereno possibile

- **servizi** quali convenzioni nido, supporto alla ricerca di baby-sitter, parcheggi rosa, quiet room

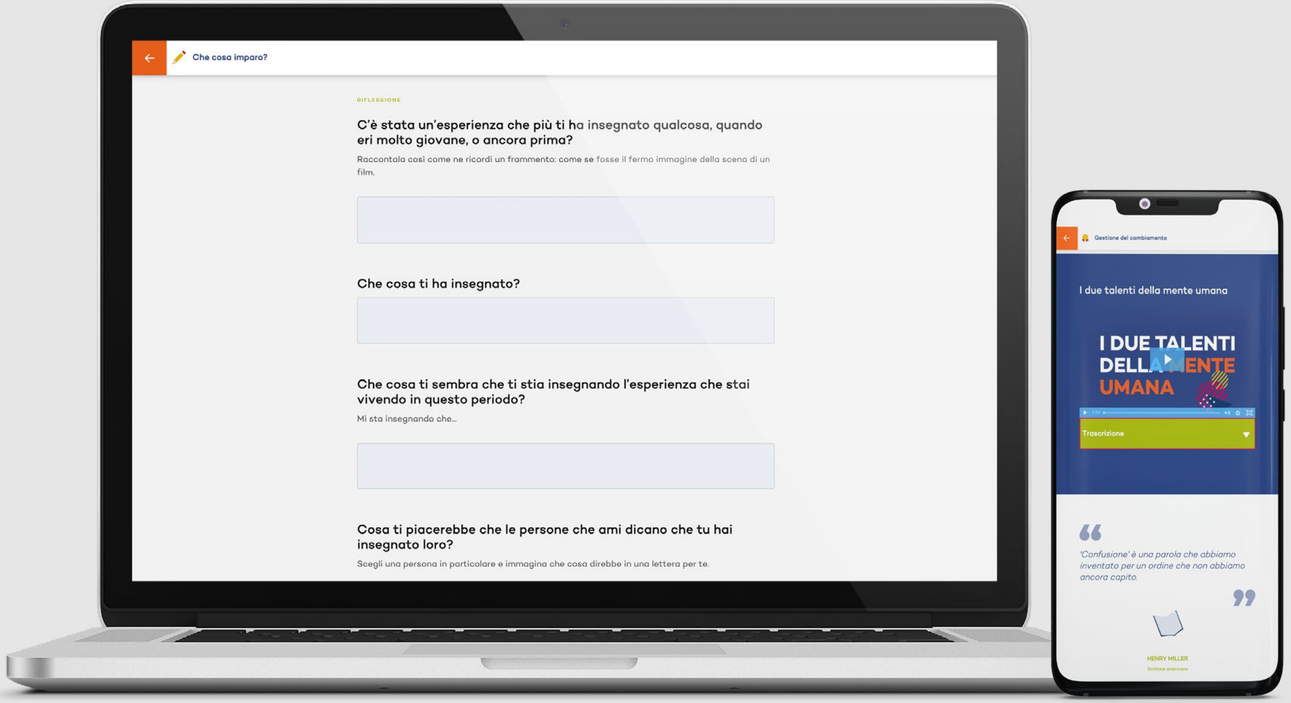
Barilla ha scelto di inserire i **percorsi di apprendimento di Lifeed** nel 2018, dapprima per i neo-genitori e dal 2021 anche per i genitori con figli fino a 18 anni.

OBIETTIVI

Fornire linee guida e consigli per i collaboratori e i manager sul tema della genitorialità

Supportare la formazione e lo sviluppo di competenze dei genitori Barilla nel rispetto della dimensione privata

Facilitare la comunicazione in ciascuna fase della genitorialità (prima, durante il congedo e nel ritorno al lavoro) con contenuti diversi a seconda del momento vissuto



4

RISULTATI

Lifeed ha avuto un impatto molto importante nel cambiamento culturale dell'azienda e nell'affiancamento delle persone in una fase di trasformazione della loro vita come la genitorialità. Oggi in azienda tutti, e soprattutto i padri, si sentono più autorizzati a parlare dell'esperienza genitoriale e delle proprie esigenze familiari

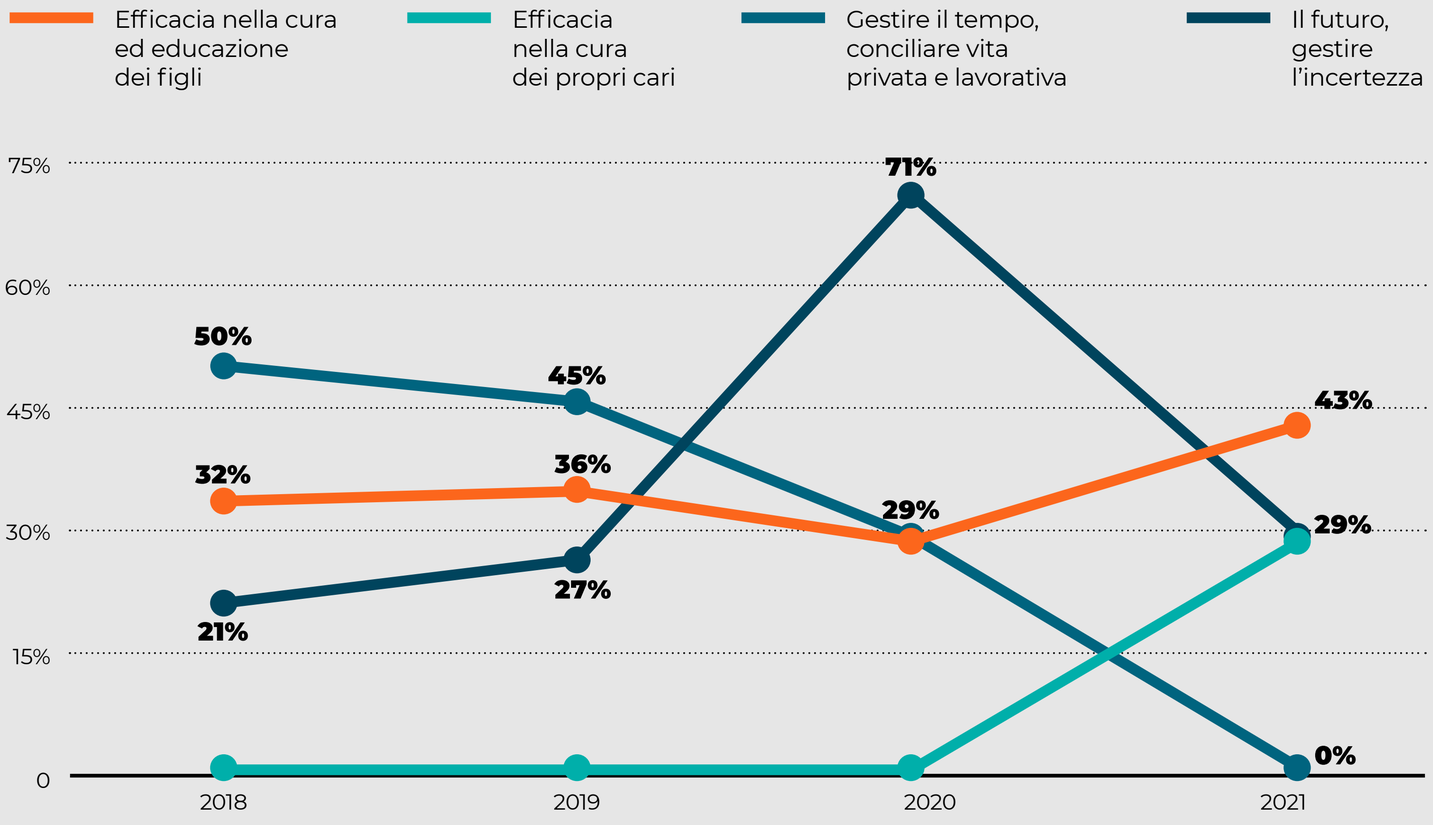
Valeria Icardi
Customer Team Director &
D&I ERG Balance Italy Leader
Barilla

Ad oggi **oltre 130 genitori in Barilla** hanno aderito al programma, di cui il **37% padri**.

I seguenti indicatori sono stati elaborati a partire dall'**analisi delle oltre 3.000 riflessioni generate dai partecipanti** all'interno dei percorsi formativi di Lifeed.

BISOGNI NEL TEMPO

QUATTRO TIPOLOGIE DI BISOGNI EMERSI



Nel grafico sono riportati i **principali bisogni** emersi dalle riflessioni dei partecipanti di Barilla generate dall'inizio dell'esperienza Lifeed nel 2018 ad oggi.

Le riflessioni e auto-narrazioni dei partecipanti rappresentano le fonti per l'elaborazione automatica dei **dati di Lifeed** in grado di mappare i talenti, le emozioni, il livello di energia e benessere della popolazione aziendale.

Ad oggi **oltre 130 genitori in Barilla** hanno aderito al programma, di cui il **37% padri**.

I seguenti indicatori sono stati elaborati a partire dall'**analisi delle oltre 3.000 riflessioni generate dai partecipanti** all'interno dei percorsi formativi di Lifeed.

BISOGNI NEL TEMPO

GENITORIALITÀ CONDIVISA COME RISPOSTA AL BISOGNO DI WORK-LIFE BALANCE

Il **bisogno di work-life balance** è progressivamente **diminuito nel tempo**. Il remote working, vissuto anche attraverso una cultura di genitorialità condivisa promossa dall'azienda insieme a Lifeed, potrebbe aver soddisfatto questo bisogno.

In sintesi, i dati mostrano come i **bisogni** espressi dai genitori di Barilla siano evoluti nel tempo da bisogni che possiamo definire **"primari"**, che riguardano la **propria sicurezza** e la **stabilità** e l'**equilibrio** tra le diverse sfere della propria vita, a bisogni **"secondari"**, come la **propria efficacia nella cura dei figli o dei propri cari**.

Dall'**analisi delle riflessioni** generate dai partecipanti di Barilla dall'inizio dell'esperienza Lifeed a oggi sono emersi quattro principali tipologie di bisogni: nel grafico è riportata la loro evoluzione nel tempo.

Credo sia giustissimo valorizzare non solo il ruolo di papà in azienda, ma riconoscere che la paternità accresce le competenze e che queste debbano essere capite e nutrite

Fabio, 39 anni, papà

Disponibile nelle seguenti lingue:
Italiano
Inglese

Fruibile da ogni tipo di device
e sistema operativo

Nel pieno rispetto della normativa privacy più recente, i dati dei partecipanti vengono utilizzati in maniera anonima e solo per fini di ricerca e reporting

LIFEED
CARING FOR PEOPLE

Per maggiori informazioni scrivici su
info@lifeed.io