

Il Gruppo Continental è un colosso del settore automotive e, tra i punti che lo caratterizzano, c'è, secondo Alessandro De Martino, amministratore delegato della filiale italiana, il focus sui valori. Ce lo racconta con un aneddoto: "sembra un paradosso, ma quando abbiamo una riunione con il Presidente, lui non ci parla mai di finanza, ma di valori. E questo è tanto più importante quando si verifica un'integrazione con altre realtà industriali, come è avvenuto per Continental in questi anni. In simili situazioni è fondamentale prima di tutto definire i valori e riconoscersi all'interno dell'azienda."

Per valori, Continental intende il modo di essere e cosa si vuole rappresentare per il mercato, insomma definire l'identità del gruppo. Questo comporta tempo, attenzione e investimenti, ma secondo De Martino è la vera chiave del successo, "la marcia in più, che rende unito e diverso il team, che si sente motivato a costruire un futuro insieme." Fiducia, Libertà di Agire, Passione per il Successo e Insieme sono i quattro valori cardine del Gruppo Continental, valori che tutte le aziende del Gruppo nel mondo (269 siti produttivi e centri R&D in 46 paesi) vivono nel giorno a giorno del loro operato, nel loro relazionarsi agli stakeholders ed al mercato.

E in effetti - che sia merito dei valori o no - il gruppo ha ormai rimborsato più della metà del debito contratto a suo tempo e può oggi definire il rapporto debito-capitale proprio "del tutto soddisfacente", soprattutto vista la continuità nel generare un buon cash-flow.

L'attenzione ai valori non può che tradursi in attenzione per le risorse umane impiegate in azienda. E anche la sede italiana si impegna ormai da anni per promuovere l'inserimento nella struttura dei giovani e delle donne.

"Cerchiamo di offrire ai giovani l'opportunità di entrare nel mondo del lavoro tramite degli stage, che -quando possibile- vengono confermati", dice De Martino. "Ma anche quando non abbiamo la possibilità di trasformare il tirocinio in assunzione, curiamo la formazione degli stagisti, perché questo periodo rappresenti per loro un avvio al mondo del lavoro motivante ed efficace."

L'altra categoria di lavoratori per cui Continental Italia cerca di creare dei percorsi adatti sono le donne. "Cerchiamo di valorizzare il ruolo delle donne in azienda, costruendo un ambiente favorevole alle loro esigenze e al loro ciclo professionale, che spesso ha dei tempi diversi rispetto a quello dei colleghi uomini."

Risultato di questa politica sono un bassissimo turn-over e una forte motivazione del team italiano. "Noi diciamo che 'tyre business is people business'. E in effetti, tutti quelli che entrano in azienda, si appassionano e, dopo tre mesi, si rendono conto che il mondo degli

pneumatici è più complesso e affascinante di quanto pensassero dall'esterno. Ritengo che questo settore, che professionalmente offre grandi opportunità, sia sottostimato e considerato -da chi non lo vive- una realtà semplice e prevedibile. Anche per questo abbiamo a volte scelto persone provenienti da altri settori: perché, scoprendo questo mondo, fossero capaci di comunicarlo al mercato, spiegandone la tecnologia e uscendo dalla banalizzazione di cui è talvolta vittima il prodotto pneumatico. Abbiamo già fatto un bel lavoro di comunicazione su questo, anche a livello associativo, e continueremo su questa strada per lasciare un'impronta, è il caso di dirlo, molto chiara e precisa per ogni pubblico".