

## ***UNA STORIA DI SUCCESSO, TRA PROFITTO E VALORI***

<<*What does INVENTED FOR LIFE mean for me?*>>

Innovazione in grado di anticipare il futuro, varietà dei prodotti che offre maggiori opportunità, responsabilità sociale visibile agli occhi di tutti.

Sono queste le risposte apparse per prime ai nostri occhi quando, impazienti di affrontare il nostro primo Project Work aziendale, ci siamo immersi nel sito ufficiale della Robert Bosch GmbH. Tutto è iniziato quando una slide proiettava i nostri nomi associati alla famosa azienda tedesca che la maggior parte di noi, partecipanti al Master “Risorse Umane e Organizzazione” associava in maniera riduttiva semplicemente al settore elettrodomestici ed elettrodomestici! In un solo “click” siamo venuti a contatto con una multinazionale, da oltre cento anni in Italia, dalla tecnologia all'avanguardia e dalle invenzioni pionieristiche che ne hanno fatto la sua storia. Bosch distribuisce i suoi prodotti in tutto il mondo ed è attiva in diversi settori; nel 2007 ha raggiunto un fatturato complessivo di oltre 46,3 mld euro, con un aumento di 6 punti percentuali rispetto all'anno precedente.

La straordinarietà di queste cifre è evidenziabile nel fatto che nel 2007 il 61% del fatturato si realizza nel settore **Automotive**, che nonostante da diversi anni sia il più colpito dalla crisi economico-finanziaria, nel 2007 in Bosch, ha registrato un incremento del 4,5% pari a 28,4 mld di euro. Il settore **Beni di Consumo e Tecnologie costruttive** conta quattro divisioni: elettrodomestici, termotecnica, elettrodomestici e sistemi di sicurezza e contribuisce al 26% del fatturato complessivo con ben 11,7 mld di euro. Ma Bosch nella sua continua ricerca di innovazione e spinta al progresso, presenta nel 2007 un incremento di fatturato pari al 9,4% anche nel settore **Tecnologia industriale** specializzandosi, in particolare, nella produzione di macchine e linee per l'imballaggio per l'industria dolciaria, alimentare e farmaceutica. Oltre tre miliardi di euro in Ricerca e Sviluppo nel solo 2007 hanno consentito all'Azienda di presentare richieste per l'ottenimento di oltre 3.000 brevetti in tutto il mondo.

ma...<<*What does INVENTED FOR LIFE mean for us?*>>

Una struttura a mattoni rossi<sup>1</sup>, come le cinque lettere che insieme al rochetto compongono il logo Bosch, vetrate che ispirano trasparenza e un layout interno fatto da ampi spazi dove l'orientamento al futuro si mescola al profondo rispetto del passato: schermi a cristalli liquidi che presentano le ultime tecnologie, le innovazioni interne ai prodotti e i futuri progetti di ricerca paiono essere la cornice al busto del fondatore

---

<sup>1</sup> sede Robert Bosch in Via Colonna - Milano

Robert Bosch: “il migliore esempio di come i tedeschi possono essere”, a detta del primo presidente della RFT Theodor Heuss.

La assidua ricerca della innovazione e della tecnologia, infatti, animava già lo spirito imprenditoriale di Robert Bosch, primo datore di lavoro in Germania e in Europa ad introdurre la giornata lavorativa di otto ore nel 1906 e ad imporsi nel panorama mondiale quale precursore della integrazione economica realizzata solamente nel 1957 con la nascita della Comunità Economica Europea.

La sua forte impronta filantropica è ravvisabile nella particolare struttura di proprietà dell'azienda, una 'Fondazione' (Bosch Stiftung GmbH), che garantisce la libertà imprenditoriale del Gruppo, consentendo progetti a lungo termine e considerevoli investimenti. La Bosch Stiftung GmbH detiene il 92% delle quote del Gruppo, finanziando circa 800 progetti in aree quali scienza, ricerca medica, formazione e cultura. I diritti di voto, sono però detenuti quasi interamente dalla Bosch Industrietreuhand KG.- Organo di Gestione dell'Azienda.

La mission originaria di Bosch ha trovato concretezza nel 2005 nella House of Orientation , una guida che si pone il fine ambizioso di aiutare i collaboratori a coinvolgersi e vivere la cultura aziendale. Tre semplici claims che compongono un “Credo” presente a partire dalla mensa aziendale fino agli uffici dei massimi vertici dirigenziali:

BeQuik (qualità, innovazione e orientamento al cliente);

Be Better (miglioramento continuo);

Be Bosch (prodotti e servizi di eccellenza).

Nell'ambizione di migliorare la qualità della vita, puntando al successo economico duraturo, il management della Società si è sempre preoccupato della ricerca di equilibrio tra il successo del business e gli aspetti sociali, ambientali e di cura del cliente, come evidente nelle parole del CEO del Gruppo Bosch F. Fehrenbach: “la responsabilità sociale dell'azienda è parte della tradizione Bosch e trova le sue radici nei nostri valori e nel nostro mindset aziendale”. Basti pensare che già nel 1995 Bosch ha adottato l'*Environmental Management System* in tutti i 292 siti al mondo, certificato ISO 14001; fino a giungere al 2006, che ha “premiato” F. Fehrembach Eco Manager dell'anno.

Il successo a lungo termine viene garantito anche dallo sforzo della Società di coltivare l'interesse dei giovani per la tecnologia e le scienze, portando avanti ogni anno moltissime iniziative con istituzioni educative e con i più prestigiosi Atenei e Politecnici di tutto il mondo, bacino preferenziale per il reclutamento dei migliori talenti, inseriti in programmi di formazione, Dottorati PhD, possibilità di tesi sperimentali e stage formativi. Iniziative, queste, che consentono non solo di esprimere le potenzialità e le competenze dei giovani “inseriti” in progetti di ricerca sfidanti e internazionali, ma anche di entrare in contatto con un ambiente che favorisca la condivisione di know-how e la creazione di networking e collaborazioni sinergiche.

L'obiettivo ultimo di queste attività, ulteriormente declinabili in career day, testimonianze aziendali, seminari, visite in azienda, presenza costante su media on-line ed off-line solo per citare alcuni esempi, è infine quello di posizionare sempre meglio Bosch come 'Best Employer of choice' e continuare a diffondere la percezione del brand come attrattivo per il target di interesse.

L'attraction dei giovani talenti e la loro retention nel tempo costituiscono oggi un asset imprescindibile dello sviluppo e successo organizzativo di ogni azienda.

Il valore attribuito ai collaboratori è testimoniato infine anche dal ruolo della Formazione, leva principale per lo sviluppo delle loro carriere, per la creazione di know-how condiviso e strumento di crescita dell'organizzazione stessa. In questo Bosch Italia si è distinta come best practice per la costituzione della scuola di formazione manageriale interna denominata TEC (Bosch Training, Esperienze, Competenze).

L'offerta TEC viene erogata a tutti i collaboratori del Gruppo Bosch in Italia e si articola in una vasta gamma di corsi per sviluppare competenze specialistiche, manageriali e comportamentali con l'obiettivo di soddisfare il cliente interno nella comprensione dei processi aziendali e delle tecnologie industriali più innovative.

In Bosch "le storie di successo non arrivano per caso. Bisogna costruirle."

#### AUTORI

Corinne Carone

Michela Della Valle

Christian Marini

Joanna Mochi

Sara Rizzo

Mattia Sciutti