

HR FOCUS

M A G A Z I N E



LA CURIOSITA' AL SERVIZIO DELLE RISORSE UMANE

INTERVISTA A JESSICA
RENDINA, HR MANAGER DI
NHOOD SERVICES



VOLONTARIATO DI COMPETENZA: IL SEGRETO PER FAR CRESCERE COMPETENZE, MOTIVAZIONE E RETENTION

DI LORETTA CHIUSOLI,
CORPORATE HR & ORGA DIRECTOR
- BOOM DIRECTOR

LA CURIOSITA' AL SERVIZIO DELLE RISORSE UMANE

Intervista a Jessica Rendina, HR Manager di Nhood Services



DI MARINA VERDERAJME

Jessica Rendina da dove nasce la sua passione per le risorse umane e quale percorso ha intrapreso?

Il rapporto con le persone mi è sempre risultato molto naturale. Dopo la maturità linguistica, sono entrata subito nel mondo del lavoro e la mia prima esperienza è stata nel retail, all'interno del dipartimento amministrativo.

Entro in Nhood Services Italy Spa (allora Gallerie Commerciali Italia) come Assistente della direzione finanziaria. La fortuna però ha voluto che all'epoca non esistesse un ufficio del personale interno e così ho iniziato a occuparmi spontaneamente di tutte le piccole attività di relazione tra i collaboratori e l'ufficio esterno.

Quando poi è arrivato in Italia il responsabile del personale, mi sono resa conto che, pur facendo parte dell'area finance, mi sentivo sempre più attratta dalle tematiche legate alle persone e alla cultura aziendale. È stato un momento di svolta: ho capito che i numeri sono fondamentali per supportare il business, ma ciò che davvero mi appassionava erano le persone e, in particolare, il modo in cui vivono i loro percorsi professionali all'interno dell'azienda.

A quel punto ho deciso di formarmi in modo più strutturato: ho frequentato un master in HR Specialist, durato sei mesi e, subito dopo, ho scelto di approfondire anche la programmazione neurolinguistica perché il modo di pensare e comunicare con le persone mi ha sempre affascinato. Credo che la capacità di comunicare davvero sia la chiave per costruire relazioni solide e autentiche.

Dopo queste esperienze di studio, sono passata definitivamente al mondo delle risorse umane, partendo dal primo gradino: prima come assistente, poi come specialist, poi come People & Culture Manager, fino ad arrivare, due anni fa, a ricoprire il ruolo di HR Manager.

GIDP ha dedicato quest'anno alla diversità generazionale, sollecitando i soci a raccontare iniziative che realizzano all'interno della propria azienda sul dialogo tra generazioni. qual è la vostra esperienza?

In Nhood teniamo molto al dialogo generazionale. Circa due anni fa ci siamo resi conto che, per la prima volta,

In azienda convivevano quattro generazioni: Baby Boomers, Generazione X, Millennials e Generazione Z. La distribuzione era quasi omogenea tra X e Millennials, più una quota leggermente più ampia di Gen Z e una più piccola di Baby Boomers.

Ci siamo quindi posti una domanda: come possiamo far lavorare insieme queste generazioni, valorizzandone le sinergie invece di concentrarci sulle differenze? Non volevamo che il tema generazionale diventasse sinonimo di barriere o pregiudizi, piuttosto un punto di incontro.

L'obiettivo era capire cosa accomuna le persone, cosa possono imparare le une dalle altre e come potersi supportare a vicenda. Così, insieme a un partner esterno, abbiamo avviato il progetto "Generation Bridge".

Abbiamo formato sei coppie composte da un profilo "senior" — con maggiore esperienza e un'età più alta — e un profilo "junior", generalmente appartenente alla Generazione Z e in azienda da pochi mesi. Li abbiamo invitati a confrontarsi su temi sia personali sia professionali: senso di appartenenza e motivazione al lavoro, le competenze del futuro, e i nuovi modi di lavorare e fare squadra.

Il risultato è stato sorprendente. Abbiamo scoperto che ci sono molte più cose che uniscono le generazioni di quante si pensi. Tutto sta nella capacità di ascoltarsi davvero. I giovani portano una ventata di freschezza, di innovazione, mentre i colleghi più esperti offrono struttura, esperienza e una visione più ampia. In fondo, è questo equilibrio che aiuta i

ragazzi a sentirsi parte di un progetto, guidati da chi ha già tracciato un percorso.

Da lì abbiamo deciso di continuare con azioni più leggere ma quotidiane. La prima è stata la creazione di una playlist aziendale con le canzoni più rappresentative della propria generazione, quelle che danno la carica al mattino o da ballare sempre.

Il risultato è stato divertentissimo: ragazzi giovanissimi che sceglievano cantautori italiani degli anni Sessanta o colleghi senior che citavano artisti pop degli anni 2000. È stato un modo semplice ma potente per rompere stereotipi e pregiudizi. Questo fa capire che l'età non definisce chi siamo: la musica, in fondo, è una forma universale di comunicazione.

La seconda iniziativa è stata il club "Liberamente", aperto a persone di età e ruoli diversi, uno spazio culturale di scambio in cui si parla anche di film, album musicali, podcast. È un confronto continuo di letture che ispirano, opere che hanno segnato la crescita personale e professionale, esperienze e prospettive. Alla fine del progetto, i partecipanti sono diventati spontaneamente ambassador interni: hanno condiviso ciò che avevano imparato e vissuto, contribuendo a diffondere una nuova cultura aziendale.

L'energia e la curiosità delle persone si sono trasformate in iniziative spontanee che uniscono le generazioni e fanno crescere l'azienda: uno dei migliori segnali per un HR manager.

L'Italia è uno dei paesi più vecchi del mondo. GDP è impegnata a coinvolgere gli HR già da tempo su tutti i temi legati alla conciliazione di vita lavorativa e familiare e aiuto alle giovani coppie per costruire progetti di vita e di famiglia. Voi avete qualche iniziativa legata alla genitorialità e al benessere delle persone in azienda?

Nel 2024 Nhood Services Italy ha ottenuto la certificazione per la parità di genere. Durante l'iter per raggiungere il riconoscimento, ci siamo resi conto che avevamo attivato tante piccole iniziative legate al mondo della genitorialità e del welfare, ma senza una vera e propria strategia. Per questo motivo abbiamo deciso di creare una policy dedicata alla genitorialità.

La prima misura che abbiamo mappato è parte della nostra cultura da sempre: l'orario flessibile. Ogni Nhooder può entrare in ufficio tra le 7.30 e le 10.00 del mattino. La nostra cultura si basa su un principio chiaro: valutiamo la performance, non il tempo passato in ufficio. Questa flessibilità non aiuta solo i genitori, ma chiunque debba conciliare vita privata e lavoro.

Abbiamo introdotto la settimana corta di 38 ore, con il venerdì ridotto a sei ore lavorative e durante il rientro post-Covid, abbiamo chiesto alle persone come volessero lavorare e la risposta è stata unanime: più autonomia e flessibilità. Ed è da lì che abbiamo costruito il nostro attuale modello organizzativo: uno smart working, in cui ogni

collaboratore ha diritto a 130 giorni all'anno di lavoro agile, circa due giorni e mezzo a settimana.

Ciò che è interessante in questo caso è che non imponiamo un calendario dall'alto, ma lasciamo ai collaboratori la libertà di organizzarsi, nel rispetto dei propri obiettivi. Questo nasce da un patto di fiducia reciproca: autonomia in cambio di responsabilità.

Per le collaboratrici in maternità, abbiamo inoltre previsto la possibilità di svolgere tutto il periodo di gravidanza in smart working, senza che ciò vada a incidere sul conteggio dei 130 giorni annuali.

Nhood ha anche deciso di integrare il congedo parentale del 20%, se utilizzato in maniera continuativa di almeno un mese.

Abbiamo inoltre esteso i permessi per i papà: oltre ai 10 giorni previsti per legge, ne aggiungiamo altri 6 a carico dell'azienda. Abbiamo poi aumentato la percentuale

di part-time post maternità, passando dal 3% previsto dal contratto del commercio al 5%.

Un'altra misura specifica è il congedo per l'inserimento scolastico dei figli, fino ai sei anni. Si tratta di ore di permesso extra, totalmente retribuite e completamente flessibili per venire incontro alle esigenze dei Nhooders e delle loro famiglie durante i primi giorni di scuola.

Un'altra novità importante riguarda i permessi per le visite mediche, non solo per sé stessi ma anche per i figli fino ai 14 anni e per i genitori over 80. È un primo passo verso un miglior sostegno al mondo dei caregiver, su cui vogliamo continuare a lavorare.

In aggiunta, abbiamo introdotto i "permessi di indisposizione": tre giorni l'anno, non consecutivi, durante i quali il collaboratore può restare a casa senza certificato medico.

Infine, abbiamo lanciato un'iniziativa formativa che ci sta particolarmente a cuore: un corso di self-coaching dal titolo "Genitori non si nasce, si diventa", in collaborazione con un partner esterno. È un corso online, pensato per aiutare i genitori a sviluppare competenze utili sia nella vita privata che in quella professionale: crediamo, infatti, che le abilità apprese in ufficio possano essere preziose anche nella vita familiare e viceversa.

Concludiamo questa bella intervista con una domanda più personale. Quali sono le passioni o attività che la aiutano a "ricaricarsi"?

Non so se definirla una passione, ma sicuramente è una mia caratteristica che si sposa molto bene con il mio lavoro. Sono, per natura, una persona estremamente curiosa e affascinata da tutto ciò che è diverso da me. Questa curiosità mi ha portata a viaggiare spesso, a scoprire luoghi e culture molto lontane dalla mia quotidianità. E credo che proprio questo approccio aperto e curioso verso ciò che è 'altro', sia uno degli elementi che oggi mi aiuta di più nel mio ruolo.

Mi permette di ***avvicinarmi alle persone con rispetto e interesse autentico***, di coglierne le differenze come valore e di lavorare per valorizzare l'unicità di ognuno all'interno dell'azienda. In fondo, credo che il vero punto di forza di un'organizzazione stia proprio in questo: nella capacità di riconoscere e mettere a sistema la diversità di ciascuno.





VOLONTARIATO DI COMPETENZA: IL SEGRETO PER FAR CRESCERE COMPETENZE, MOTIVAZIONE E RETENTION

DI LORETTA CHIUSOLI, CORPORATE HR & ORGA DIRECTOR - BOOM DIRECTOR

Negli ultimi anni, il volontariato aziendale — in particolare quello di competenza — ha compiuto un’evoluzione significativa: da semplice iniziativa di responsabilità sociale, si è trasformato in uno **strumento strategico di sviluppo organizzativo**. Partecipare a progetti di volontariato non significa solo “fare del bene”, ma **vivere esperienze formative autentiche**, capaci di potenziare competenze trasversali e **promuovere una leadership più empatica e inclusiva**.

Competenze che fanno la differenza

Il volontariato di competenza prevede che i professionisti mettano a disposizione il proprio know-how in progetti sociali o a favore della comunità. Questo approccio crea valore su due fronti:

- **Per la società**, che accede a competenze specialistiche altrimenti difficilmente disponibili.
- **Per l’azienda e i collaboratori**, che vivono un’esperienza di apprendimento autentica, fuori dai contesti formali.

Non sorprende che molte organizzazioni lo integrino nei propri **programmi di formazione e sviluppo**. Le competenze che emergono da queste esperienze sono tra le più richieste nel mercato del lavoro attuale:

- **teamwork e leadership diffusa**, fondamentali per lavorare in contesti agili e interfunzionali;

- **problem solving creativo**, esercitato in ambienti reali, spesso con risorse limitate;
- **empatia e intelligenza emotiva**, cruciali per gestire relazioni complesse dentro e fuori l’organizzazione.

Secondo una ricerca Deloitte, **il 91% dei lavoratori** considera le opportunità di volontariato un elemento positivo per la propria esperienza lavorativa. Ancora più significativo, **l’87% le ritiene un fattore determinante** nella scelta di restare o lasciare l’azienda.

Questi dati confermano che il volontariato aziendale non è solo un “nice to have”, ma un **asset strategico per attrarre, motivare e trattenere talenti**.

Motivazione, senso di appartenenza e cultura collaborativa

Il volontariato di competenza rafforza la motivazione individuale e il senso di appartenenza. Sentirsi parte di un progetto che genera impatto positivo sulla comunità contribuisce a costruire un **purpose condiviso**, che agisce come **collante culturale** all’interno dell’organizzazione.

Un sondaggio CECF evidenzia che il **79%** dei dipendenti coinvolti in programmi di volontariato aziendale si dichiara più soddisfatto del proprio lavoro, contro il 55% di chi non ha mai partecipato.

Inoltre, il volontariato favorisce relazioni autentiche tra colleghi, superando ruoli e gerarchie. Le aziende che hanno introdotto programmi strutturati di volontariato registrano miglioramenti tangibili nel clima interno, con **effetti diretti sulla collaborazione interfunzionale e sulla produttività**.

Secondo il report “Skills for Cities” di Common Impact (2023), **oltre l’80%** dei partecipanti a eventi di volontariato di competenza ha dichiarato di sentirsi **più connesso con la comunità e con i colleghi**.

I benefici concreti per l’impresa

In questo contesto, il volontariato di competenza si rivela una leva tanto semplice quanto potente. Non è un’attività da confinare al reparto CSR né da limitare a una giornata celebrativa all’anno. E non si riduce a un esercizio di team building occasionale. Al contrario, è uno **strumento operativo che le risorse umane possono attivare subito**, per generare impatti concreti su persone, team e cultura organizzativa.

1. Attrazione e retention dei talenti

Le nuove generazioni — millennial e **Gen Z** — cercano aziende con un purpose chiaro e credibile. Nel Deloitte Global Gen Z & Millennial Survey 2024, quasi **nove su dieci** dichiarano che il **purpose** è cruciale per soddisfazione e benessere; **metà dei Gen Z** e **oltre quattro su dieci Millennial** affermano di aver **rifiutato incarichi o datori di lavoro** in base a etica e valori.

Integrare il volontariato nelle politiche HR significa diventare più attrattivi agli occhi dei talenti e ridurre il rischio di turnover. Alcuni studi riportano che i neoassunti coinvolti in attività di volontariato strutturato hanno fino al 52% in meno di probabilità di lasciare l’azienda nei primi anni.

2. Engagement, produttività e reputazione

Il volontariato è riconosciuto come uno dei driver più efficaci di engagement. I dipendenti coinvolti si sentono più valorizzati, percepiscono un allineamento tra valori personali e aziendali

e sono più propensi a dare il meglio di sé.

Secondo Deloitte, le aziende con personale altamente ingaggiato registrano performance superiori fino al 147% in utile per azione rispetto ai competitor.

3. Reputazione e compliance ESG

Inoltre, in un’epoca in cui gli **stakeholder** — investitori, clienti, istituzioni — chiedono **coerenza tra dichiarazioni e azioni**, il volontariato aziendale rappresenta un segnale tangibile di responsabilità sociale.

Includerlo nelle pratiche HR significa allinearsi agli **standard ESG** e rafforzare la reputazione, sia sul mercato del lavoro sia verso l’opinione pubblica.

In un contesto in cui la formazione tradizionale non basta più a preparare i leader del futuro, il **volontariato si conferma** come uno dei **percorsi più autentici** ed efficaci per **crescere** — come **professionisti** e come **persone**.

Il ruolo di BOOM: connettere innovazione, formazione e impatto sociale

BOOM, il **Knowledge & Innovation Hub di CRIF**, nasce per costruire ponti tra impresa e comunità. Attraverso eventi, workshop e progetti dedicati, supporta HR e manager nell’adozione di pratiche di volontariato di competenza come leve strategiche per sviluppare abilità, rafforzare la cultura organizzativa e generare valore condiviso.

Per approfondire come il volontariato di competenza possa diventare un asset strategico per le risorse umane, **BOOM** ospiterà il prossimo **18 novembre** l’evento “**Volontariato aziendale: un valore per l’impresa, una crescita per la persona**”, uno spazio di confronto concreto tra imprese, organizzazioni non profit e studiosi per esplorare insieme come trasformare il volontariato in una leva di crescita etica, **benessere condiviso e innovazione sociale**.

HR FOCUS

M A G A Z I N E



**HR FOCUS MAGAZINE è il periodico di approfondimento di:
G.I.D.P./H.R.D.A. Gruppo Intersectoriale Direttori del Personale
Human Resources Directors Association**

Testata Giornalistica Registrata presso il Tribunale di Milano n. 139 del 02/07/2021
Direttore Responsabile: Marina Verderajme

L'Associazione:

Sede Legale

Via Luigi Borghi n° 11
21013 Gallarate (Va)

Sede Operativa

Via Gaetana Agnesi n° 3
20135 Milano
Tel. 348 7677725

Contatti Segreteria Nazionale:

segreteria@gidp.it
ufficio@gidp.it

PARTNER G.I.D.P.



PERIODICO DI APPROFONDIMENTO DEL GRUPPO INTERSETTORIALE DIRETTORI DEL PERSONALE

DIRETTORE RESPONSABILE: MARINA VERDERAJME

TESTATA GIORNALISTICA REGISTRATA PRESSO IL TRIBUNALE DI MILANO N. 139 DEL 02/07/2021