

AVANTI CON PRUDENZA E AUDACIA



Gabriele Ciambi è direttore risorse umane e affari legali del Gruppo Sogegross.

Eliana Sambrotta

Gabriele Ciambi è direttore risorse umane e affari legali del Gruppo Sogegross, attivo nel settore della Distribuzione moderna nella maggior parte delle regioni del centro-nord. La sede è a Genova e Ciambi è associato a Manageritalia Liguria.

Cosa significa, in un momento così delicato, essere direttore Hr di una grande azienda?

«Prudenza e audacia. La sfida è conciliare queste due parole, apparentemente contrastanti. Occorre inoltre porre attenzione massima verso le nostre persone, rispetto alle quali dobbiamo farci prossimi sino a immedesimarci in loro, per aiutarle a superare paura e difficoltà generate dalla pandemia, dall'incertezza e affrontare al meglio i cambiamenti che questi tempi difficili ci impongono».

Quali sono le caratteristiche di un settore che fa parte della moderna distribuzione, ma è a suo modo particolare come il self-service all'ingrosso?

«Il nostro gruppo opera nel settore cash&carry dal 1970. Il settore si rivolge ai professionisti dell'alimentare (si pensi in particolare al mondo Horeca). L'obiettivo è la massima flessibilità per andare in-

contro alle esigenze dei medesimi professionisti (tempi, assortimenti, volumi ecc.). Uno dei punti di forza del settore è l'elemento relazionale: il personale deve costruire un vero e proprio rapporto di fiducia, fondamentale per fidelizzare chi si affida a un fornitore per la propria attività professionale».

Che tipo di sfide avete dovuto affrontare nell'ultimo anno?

«La multicanalità del nostro gruppo, che opera non solo nel canale cash&carry con l'insegna Grosmarket Sogegross, ma anche in quello dei supermercati e superstore (Basko), nel canale e-commerce (www.basko.it), in quello discount alimentare (Ekom) e supermercati e superette in franchising (Doro), ci ha visti impegnati su molteplici fronti. Abbiamo retto un impatto violentissimo sul canale cash&carry (colpito duramente dal tracollo del settore Horeca) e ne siamo usciti proprio grazie alla

strategia multicanale. Abbiamo difeso tutti i posti di lavoro, abbiamo garantito i servizi ai nostri clienti anche in condizioni logistiche difficilissime, abbiamo dato prova di reattività nell'emergenza, abbiamo dimostrato spirito di squadra e di adattamento».

Come sta cambiando il consumatore?

«Si dice che il cibo è metafora dell'Italia e degli italiani. Lo si reputa come l'ultimo baluardo alla riduzione dei consumi. Sono emerse due tendenze contrapposte: la prima, il ritorno allo "slow cooking" (impastare, cucinare piatti elaborati, fare dolci in casa ecc.), la seconda, l'utilizzo intensivo di cibo da asporto. Entrambe lasceranno il segno, incrementando i due trend nel futuro: anche la distribuzione dovrà quindi adeguare la propria offerta nei due sensi. Riguardo al "fuoricasa", dalla caduta verticale auspichiamo, nel post-Covid, un rilancio. La sfida sarà quella di rispondere a una domanda articolata per tutto il settore. Perché ai riti sociali fuori dalle mura domestiche non si rinuncerà».

Cosa deve mettere in campo un direttore Hr oggi, indipendentemente da azienda e settore?

«Nell'anno 2020 ci hanno accompagnato slogan di vario tipo di cui uno era "ricominciamo". Rispondendo alla prima domanda avevo

parlato della necessità di essere audaci. Ecco, a mio avviso, è proprio in quel "ricominciamo" che dobbiamo dimostrare la nostra audacia. Pensiamo a quanti valori sono "riemersi" fra le nostre persone nel momento in cui la difficoltà li ha "investiti". La nostra audacia deve secondo me partire da lì, da quei valori riemersi, cercandoli, raccogliendoli e coltivandoli, ricominciando da essi. Questo non significa mettere da parte il perseguire obiettivi quali la produttività e la redditività, tradendo lo scopo primo del nostro lavorare in un'impresa privata, al contrario. Significa contribuire a produrre valore per le aziende creando valori!».

Dal punto di vista manageriale e dell'ambiente professionale, Genova e la sua regione come si presentano?

«Genova e la Liguria, nonostante i molteplici eventi avversi degli ultimi anni, hanno dimostrato una resilienza non comune. Un contributo è sicuramente stato offerto dalle capacità di manager e leader di aziende e società civile del territorio. Anche l'attuale sindaco di Genova, Marco Bucci, è un manager, iscritto alla nostra associazione e, in più di un'occasione, ha riconosciuto la valenza di persone che, nelle aziende come per l'appunto nella società civile, sappiano guidare, individuando business in cui crescere e



dimostrando la propria capacità di perseguire obiettivi specifici. Esistono pertanto a mio avviso i presupposti per i manager liguri di essere guida verso lo sviluppo futuro, in un contesto di consapevolezza, anche in ambito istituzionale, del loro valore strategico. Un'opportunità e una responsabilità al tempo stesso».

In che modo riesce a crescere professionalmente e fare networking con vantaggi per sé e per l'azienda?

«Passione e curiosità credo che siano i due ingredienti fondamentali! Essere curiosi porta a conoscere le persone. La passione che trasmettiamo è poi uno dei migliori fluidificatori per ideare e realizzare progetti insieme».

Lei è associato a Manageritalia Liguria: che rapporto ha con l'associazione e quali vantaggi?

«L'associazione ha secondo me due indubbi pregi: contribuire a formare e aggiornare su tematiche chiave e stimolare la curiosità, favorendo gli approfondimenti e indirizzando spesso verso l'innovazione, anche di noi stessi». ■