

MANAGER DEL NON PROFIT: VALORE AI DIRITTI



Martina Pluda è direttrice della Humane Society International Italia.

Enrico Pedretti

Martina Pluda, associata a Manageritalia Friuli Venezia Giulia, è direttrice della Humane Society International Italia, organizzazione non profit dedicata alla protezione dei diritti degli animali. Dalle zoonosi all'insorgere della pandemia: un appello a mobilitarsi per salvare, anche, la specie umana.

Cosa vuol dire oggi essere direttrice di un'organizzazione non profit che si occupa dei diritti degli animali?

«Vuol dire essere innanzitutto un'attivista e portare avanti un'importante battaglia di civiltà. Allo stesso tempo significa andare contro corrente con determinazione per cambiare la sensibilità delle persone, dei legislatori e delle aziende. Vuol dire avere il coraggio di essere la prima, e a volte la sola, persona ad alzarsi e prendere posizione e lavorare per essere, un domani, superflua, in quanto i cambiamenti per i quali si è lottato saranno stati ottenuti».

Quali i must da mettere in campo, indipendentemente da azienda e settore?

«Passione, etica, integrità. Penso che ogni azienda e ogni manager

che la gestisce debba agire nel rispetto di tutto e tutti, con la consapevolezza dell'impatto delle proprie azioni e scelte di business sul pianeta e chi lo abita».

Come un manager può dare contributo e valore a un'organizzazione che difende diritti e deve diventare un movimento o parte di un movimento?

«Credo che lo possa fare solo guidando con l'esempio e con la coerenza, mettendo in pratica nel proprio quotidiano ciò per cui si batte e ispirando gli altri a fare lo stesso. Deve essere quindi il veicolo e il messaggio allo stesso tempo».

L'emergenza Covid come ha inciso sul vostro business?

«Questo coronavirus è solo l'ultima di una serie di malattie zoono-

tiche che hanno devastato la salute pubblica e la società a causa del modo in cui l'essere umano abusa degli animali e della natura. Ne avremmo fatto volentieri a meno, ma ci ha dato modo di sottolineare l'urgenza di rivalutare la nostra relazione con gli animali e il modo in cui esercitiamo il dominio sulle risorse naturali, pregiudicando il nostro stesso futuro. Altrimenti la domanda da porsi non è se comparirà un'altra pandemia, ma quando».

E sul suo lavoro?

«Oltre ad aver lavorato più intensamente su temi legati al rischio di zoonosi (commercio di fauna selvatica, allevamenti intensivi e pellicce), ho provato la soddisfazione di far parte dell'onda di solidarietà che ha travolto il Paese. La nostra organizzazione ha infatti portato aiuti concreti a diverse realtà italiane colpite maggiormente dalla pandemia».

Quali altre esperienze ha avuto e come l'hanno fatta crescere portando valore a quello che fa oggi?

«L'esperienza più significativa è riassunta in 12 anni di attività trascorsi all'estero. Come "cervello in rientro" contribuisco con una visione cosmopolita e interculturale che permette relazioni e capacità professionali internazionali».

Cosa fare per crescere professionalmente?

«Cerco sempre di circondarmi di persone competenti, proattive e ispiratrici dalle quali imparare e trarre la motivazione per migliorarmi e crescere. Inoltre, investo in me stessa, nella mia formazione, sia dal punto di vista delle hard skills che delle soft skills».

Quali punti di forza di business e manageriali ha colto qua e là?

«Ho maturato esperienze in ambito accademico, giornalistico, editoriale e legale. Come punti di forza, ho deciso di investire sulla professionalizzazione della mia figura d'attivista e sulle mie capacità di comunicatrice, per poter essere un veicolo di quei messaggi citati prima».

Dal punto di vista manageriale, a Trieste e in Friuli Venezia Giulia, dove lei lavora, che ambiente professionale c'è e come sfruttarlo?

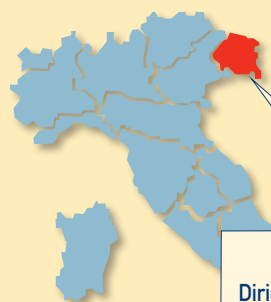
«Il mio ambiente lavorativo è ad alta reattività e richiede un confronto giornaliero con realtà internazionali. Lavorare da Trieste, sul mare, mi permette di avere il giusto equilibrio che nella frenesia di una grande città non avrei».

Com'è fare networking con vantaggi per sé e l'azienda, magari anche divertendosi?

«Sono convinta che questa si-

tuazione ci permetta di accorciare le distanze tra professionisti in tutte le parti del mondo e creare occasioni di networking virtuali, prima impensabili. Credo inoltre che non si debba sottovalutare il ruolo dei social: saperli usare per promuovere la propria figura professionale permette di rendere un'azienda o organizzazione più umana e approccioabile».

MANAGERITALIA FRIULI VENEZIA GIULIA



L'Associazione in numeri

Dirigenti	142
Pensionati	114
Executive professional	42
Quadri	51
TOTALE	349
Uomini	275
Donne	74

dati di marzo 2021

Lei è associata a Manageritalia Friuli Venezia Giulia: che rapporto e quali vantaggi ha?

«Ho trovato professionalità e competenza e un aiuto rapido e concreto a tutti i quesiti che ho posto da giovane dirigente e nuova associata».