



PREMIO GIUSEPPE TALIERCIO

2° EDIZIONE – ANNO 2022

Abstract tesi candidata al premio



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI TORINO

DIPARTIMENTO DI MANAGEMENT

**CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN
DIREZIONE D'IMPRESA, MARKETING E STRATEGIA**

TESI DI LAUREA

Economia circolare e gestione strategica delle risorse umane.

Case study: Lavazza

Relatore: CHIARA CIVERA

Candidato: GIORGIA MUSTO

Correlatore: DAMIANO CORTESE

Anno Accademico: 2020/2021

Abstract

Coerenza della tesi con i temi indicati nel bando del Premio Taliercio:

Questo elaborato analizza il ruolo del top management e, in generale, di tutti gli stakeholder interni ed esterni in un'ottica di transizione sostenibile e circolare, avendo come case study una grande impresa industriale italiana.

La filosofia e l'approccio che il top management ha rispetto al tema della sostenibilità e dell'economia circolare, riflettendosi sulla vision e la mission aziendale, sono fondamentali nel determinare l'inizio di un processo lungo e complesso che porta l'intera organizzazione ad adottare ed integrare i principi della sostenibilità sociale, ambientale ed economica.

Obiettivi della tesi:

L'economia circolare è uno dei temi più dibattuti negli ultimi anni: il surriscaldamento globale, la scarsità di materie prime, l'inquinamento ambientale e la sovrapproduzione dei rifiuti, ha portato gli individui, le organizzazioni e i governi ad agire per invertire la rotta. Anche le aziende si sono fatte portavoce di questa issue sociale e sono sempre di più quelle che integrano la sostenibilità all'interno della propria strategia. In particolare, in questa tesi, verrà dimostrato se esiste una relazione tra la gestione strategica delle risorse umane e l'engagement ed il commitment dei dipendenti verso l'economia circolare. Per fare ciò, è stata scelta come case study una grande azienda internazionale, Lavazza S.p.A.: l'obiettivo è quello di dimostrare se quanto realizzato attraverso il progetto di comunicazione interna di EC, sia stato efficace al fine di raggiungere un elevato livello di engagement dei dipendenti verso questo tema.

Attività di ricerca svolte per l'elaborazione: (es. sperimentazioni, questionari, interviste, utilizzo di strumenti digitali, applicativi, analisi desk o ricerche field, ecc.)

Al fine di sviluppare questo elaborato, ho adottato le seguenti attività di ricerca:

- Coinvolgimento diretto nello sviluppo di un progetto di comunicazione interna di economia circolare
- Intervista con il Packaging Sustainability and Innovation Senior Specialist
- Analisi desk
- Questionario interno all'azienda (composto da 13 domande, rivolto ai team HR, R&D e Marketing)

Conclusioni determinate dai risultati ottenuti dai punti di cui sopra:

Considerando quanto sia fondamentale il ruolo del top management nel guidare l'azienda attraverso il percorso di trasformazione sostenibile, in conclusione, possiamo affermare che è altresì importante gestire strategicamente le proprie risorse umane in relazione all'EC. In particolare, affinché la strategia di sviluppo sostenibile possa realizzarsi, è necessario:

- integrare la circolarità, e in generale la sostenibilità, nella propria strategia, determinando un cambiamento della cultura aziendale a partire dal top management;
- avere un team di persone dedicato alla circolarità, con il compito di: monitorare le attività implementate, cogliere le potenzialità e le opportunità del mercato, dar vita a nuove partnership;
- sensibilizzare e coinvolgere l'intera organizzazione attraverso una campagna di comunicazione interna forte e provocatoria, generando informazione e avvicinando le risorse umane al tema.
- Aumentare l'engagement ed il commitment delle risorse umane attraverso: la condivisione di progetti già attivi internamente; l'organizzazione di eventi dedicati in cui poter approfondire il tema con esperti del settore; la realizzazione di iniziative concrete in cui poter essere coinvolti in prima persona.