

Una politica di gestione del rischio nell'impresa beneficia della diffusione della consapevolezza sull'argomento all'interno dell'intera organizzazione aziendale.

L'avvio di un'iniziativa in questo senso è nata dall'esperienza *Become digital natives*, progetto di alfabetizzazione digitale attraverso il quale **Fater** (multinazionale italiana nel settore dei prodotti igienici assor-

tutta l'organizzazione favorendone la crescita culturale in ambito digital. Questo ha consentito lo sviluppo di un pensiero digitale all'interno delle strategie di business che si è concretizzato con diverse iniziative che hanno prodotto risultati davvero incoraggianti.

Dall'esperienza maturata

con il progetto aziendale *Become digital natives*, abbiamo avuto la prova che la base per la diffusione della conoscenza è la partecipazione.

Fater, con il progetto *Become digital natives*, ha inoltre vinto il *Premio Assiteca 2016* nella categoria *Digital Trasformation - grandi imprese*.

La consapevolezza limita l'errore umano

Questo riguarda anche la diffusione della cultura del rischio. Alcune ricerche hanno evidenziato il peso del "fattore umano" nell'esposizione dell'azienda al rischio: se

LA CULTURA ASSICURATIVA a PORTATA DI TUTTI

Con la diffusione di una sensibilità aziendale verso il rischio, tutte le persone dell'impresa accrescono la propria consapevolezza e l'attitudine a una collaborazione efficace

di **ALBERINO BATTAGLIOLA**
insurances & administrative services
manager corporate di Fater S.p.a.

benti per la persona) ha voluto favorire iniziative digital trasversali a tutta l'azienda. Anche grazie al supporto di percorsi di sviluppo della cultura digitale utilizzando approcci innovativi, dal mondo della collaborazione e formazione, fino allo sviluppo di nuovi sistemi.

Il merito principale del progetto è stato, senza dubbio, quello di coinvolgere attivamente



@Jakub Jirsák - Fotolia.it

questo aspetto risultava già noto nell'osservanza più o meno attenta delle norme di sicurezza sul posto di lavoro, esso è reso oggi più evidente in relazione al rischio cyber, ad esempio dal potenziale di danno per l'azienda che può essere attivato da una semplice disattenzione come cliccare sul link malevolo di un tentativo di fishing. Ma il fattore umano nel rischio riguarda anche aspetti più ampi, come



@Photographie.eu - Fotolia.it

il comportamento che il collaboratore dovrebbe tenere quando è in trasferta per conto dell'azienda. Normalmente, le procedure di sicurezza o le norme comportamentali sono calate dall'alto: creare una cultura del rischio in azienda significa, invece, fornire gli strumenti per condividere *dal basso* le ragioni che stanno dietro alle regole fornite.

A tal proposito, da anni Fater ha introdotto in azienda una politica di risk management con l'obiettivo di aumentare la conoscenza e la consapevolezza sul tema da parte di tutte le persone dell'azienda. Così è nato *Fater Insurance Knowledge management*, un progetto per la diffusione della cultura del rischio su base digitale. Sulla scia dell'esperienza maturata con *Became digital natives*, e sfruttando la piattaforma sviluppata per questo progetto, abbiamo rea-

lizzato un sito dedicato all'informazione sui temi assicurativi dell'azienda, finalizzato quasi a costo zero e reso disponibile in pochissimo tempo.

Trasparenza e condivisione

Il sito è un repository di tutta la documentazione inerente alla gestione del rischio: dai testi delle polizze ai vademecum operativi su come gestire determinate situazioni. La parte introduttiva ha un approccio leggero, con una veste grafica fumettistica che conduce in maniera diretta e accattivante alla presentazione delle diverse tipologie di rischio. Se il primo obiettivo è di avvicinare tutta l'azienda alla consapevolezza del rischio, il secondo è stato proprio quello di rendere facile l'accesso alla documentazione riguardante i singoli rischi, con un fine sia informativo, ad esempio verso i rischi

property, sia operativo, come nel caso del rischio inquinamento che riguarda direttamente alcuni nostri stabilimenti e deve coinvolgere il personale che ci lavora. Un altro esempio riguarda la sicurezza dei collaboratori in trasferta: grazie alla piattaforma, chi affronta un viaggio non ha più solo un numero di riferimento da chiamare in caso di necessità, ma ha a disposizione la documentazione per prepararsi, prima di partire, alle diverse eventualità e per conoscere le protezioni che l'azienda ha attivato a sua tutela. Siamo convinti che l'accesso all'informazione assicurativa possa migliorare in maniera significativa la collaborazione nella gestione del rischio. Oltre alla documentazione, il sito contiene informazioni *in pillole* e risposte alle domande più frequenti. Prossimamente saranno sviluppati nuovi strumenti per ap-

profondire la conoscenza dei temi assicurativi. Siamo solo nella fase di avvio, ma i primi feedback ricevuti sono molto positivi. Trattandosi di un'esperienza in divenire, nei prossimi mesi saranno indagati il livello di soddisfazione e i ritorni di redemption, in modo da definire una linea di sviluppo che segua le richieste e le osservazioni degli utenti.

