

PERSONE & CONOSCENZE

LA VOCE DELLA DIREZIONE DEL PERSONALE

NUMERO SPECIALE
EXTRA TIRATURA DIGITALE
80.000 copie

SIAMO ANCHE
ALLA RICERCA DI
QUEL
FEELING

> NARRAZIONI

Il lavoro agile come risposta alle crisi
Opportunità per aziende e lavoratori

> INCHIESTA

Imprese impreparate alle incertezze
Niente piani e solo Smart working

> RIFLESSIONI

La necessità può portare innovazione
E far nascere nuove forme di formazione

Employer branding
Pura strategia di Marketing
o modo per attrarre talenti?



ESTE
Cultura di Impresa

Maggio/Giugno 2020 - Numero 145



PER INFO E ABBONAMENTI
www.este.it

Daniela Bobbiese | responsabile abbonamenti ESTE | ☎ 02.91434400 | ✉ daniela.bobbiese@este.it

Francesco Varanini



Questo numero della nostra rivista è ricco di riferimenti alle conseguenze dell'epidemia e alle nubi che incombono sul futuro. Si sente dire di frequente: "È stato uno tsunami". L'uso di questa espressione si presta a qualche riflessione. La parola giapponese sta per 'onda del porto, onda anomala o serie di onde'. Potremmo benissimo tradurla in "maremoto". Eppure ci piace usare parole straniere, di cui in fondo non conosciamo il significato. È un modo per prendere le distanze da ciò che accade e per attribuire all'evento la caratteristica di una fatalità ineluttabile, allontanando ogni responsabilità e giustificando ogni nostro errore e incuria.

Ci converrebbe, invece, ricordare che le nostre capacità si mostrano proprio nel momento dell'emergenza, nell'imprevisto. Del resto, la vita stessa è un rischio. Di fronte a eventi catastrofici come quello che abbiamo vissuto – e che stiamo ancora vivendo – l'apprendimento più importante non consiste certo nell'aver capito meglio come far fronte a questo virus. Il prossimo infatti sarà diverso ed esigerà differenti cautele. La prossima catastrofe non sarà un'epidemia.

L'apprendimento più importante sta nell'imparare a far fronte all'emergenza, quale che sia la lezione. Imparare a reagire in modo sempre più rapido, più preciso, più adeguato alla contingenza; imparare a far fronte all'imprevisto. Il confinamento tra le mura domestiche – certo motivato da molte buone ragioni – non ha fatto che rinviare il momento in cui tornare necessariamente a confrontarci in luoghi pubblici con il virus. Non possiamo dire 'a viso aperto', perché ognuno di noi ha il volto coperto da una mascherina. Anja Puntari, nella sua rubrica, guarda a come l'indossare questo indumento influisca sulle relazioni. "Che io sia un pescivendolo o un impiegato o un manager, dovrò riflettere su come riuscire a comunicare in modo efficace quando la indosserò. Coprendomi la bocca, viene meno una buona parte della comunicazione non verbale: ho a disposizione solo gli occhi e la prossemica del corpo".

Simone Ferrucci, Clearance System Specialist di un'azienda operante nella Logistica area espressa, che per lavoro ha continuato a uscire anche nella fase 1 della pandemia, ricorda la frase di un romanzo: "Milano sembrava colpita da un'inesplicabile epidemia e i rari passanti parevano dei superstiti". E parla poi di come l'occasione porti a interrogarsi sui propri atteggiamenti e sulla dimensione sociale del lavoro: "È un modo per capire quanto veramente siamo importanti e utili ai colleghi [...] Qualcuno magari troppo convinto della sua posizione potrebbe dover, al contrario, ridimensionare il suo ego

e chi invece pensava di essere solo un ingranaggio si ritrova a capire quanto vale".

Mauro De Martini parla delle proprie paure. "Paura di perdere le persone cui voglio bene, i punti saldi, le certezze". Ma parla anche di come ha scoperto "un altro modo di lavorare": "Ascolto in modo diverso, rispettando di più il turno di parola [...]. Mentre gli altri parlano, prendo appunti e registro, così ci torno sopra. Noto cose che prima sfuggivano".

Giovanna Gammarota, Responsabile di produzione presso la casa editrice Guerini e Associati, sottolinea come si sia finiti, in questa situazione, a passare più tempo lavorando. Il tempo si dilata, mentre si rischia di perdere il senso del ritmo lavoro-riposo. Lo spazio privato è in qualche modo violato quando è esposto ad altri durante una connessione digitale.

Antonio Rinetti auspica che non torni tutto come prima e che invece emerga "una nuova architettura socio-economica ancor tutta da immaginare". Francesco Perillo ricorda "la devastante riduzione dell'occupazione".

Chiara Lupi guarda alla condizione delle donne lavoratrici: "Il Remote working le ha confinate in casa e, per molte, il rientro al lavoro è incerto". Martina Galbiati, del resto, ricorda che il lavoro femminile non è penalizzato solo dalla presente situazione emergenziale, ma da una più generale condizione. "Ecco allora che l'hashtag 'iorestoacasa', da mantra per superare la pandemia incolumi si trasforma nella feroce condanna pronunciata dalla bocca di moltissime mamme che sono costrette a rinunciare al loro diritto al lavoro dopo la maternità".

Spunti di riflessione interessanti, tutti, per i lettori di *Persone&Conoscenze*, che si trovano ora, in quanto professionisti delle Risorse Umane, a dover trasformare l'eccezione in una nuova normalità. C'è poi da vedere come rendere permanente il diritto allo Smart working; c'è da far fronte a un forse inevitabile ridimensionamento degli organici; e c'è anche da vedere come usare ora la leva della formazione, sia nei contenuti sia nei modi. Utile a questo proposito il parallelo proposto dal pedagogista Dario Arkel tra l'uso di strumenti digitali nella scuola e nella formazione aziendale.

Pur attenti alla situazione presente, non abbiamo trascurato altri argomenti. Come il tema della Storia di copertina: l'Employer branding. Tratta l'argomento, nell'articolo che apre questo numero, Filippo Saini, Head of Job di InfoJobs. Interessante il suo modo di avvicinare l'argomento, attraverso l'autobiografia: "Appartengo alla coda lunga della Generazione X [...]. Ripenso spesso a come ottenni il mio primo lavoro".



**Al tuo fianco,
nella tua impresa**

Ritratto di Ludwig van Beethoven mentre compone la Missa Solemnis, Joseph Karl Stieler

Sistemi&Impresa, Sviluppo&Organizzazione e Persone&Conoscenze sono da sempre un punto di riferimento per l'aggiornamento professionale di manager e imprenditori.

Con l'abbonamento a una o più riviste entri a far parte di una famiglia professionale che alimenta il tuo network di contatti e agevola l'incontro con decisori e opinion leader della comunità manageriale italiana.

Avrai accesso a contenuti di qualità a firma di esperti del mondo aziendale e di docenti accademici provenienti dai principali Atenei italiani e potrai godere di condizioni vantaggiose per l'acquisto di prodotti editoriali e per la partecipazione ai convegni che ESTE organizza su tutto il territorio nazionale (oltre 50 eventi all'anno).

Sviluppo & Organizzazione

ABBONAMENTO ANNUALE 130,00 €

S&O + P&C
220,00 €

PERSONE & CONOSCENZE

LA VOCE DELLA DIREZIONE DEL PERSONALE

ABBONAMENTO ANNUALE 150,00 €

S&O + S&I
230,00 €

SISTEMI&IMPRESA

Management e tecnologie per le imprese del futuro

ABBONAMENTO ANNUALE 170,00 €

P&C + S&I
240,00 €

TUTTE
280,00 €



ABBONATI ONLINE SU WWW.ESTE.IT

Per informazioni:
Daniela Bobbiese - Responsabile Abbonamenti ESTE
02.91434400 - daniela.bobbiese@este.it

ESTE
Cultura d'impresa