

“MAPS FOR FUTURE”. Alla Polidoro l'incontro organizzato dalla società Niuko di Confindustria

«Lavoro, serviranno più competenze “femminili”»

Zanella (Ernst&Young): «Empatia, capacità di ascolto e di collaborare»
E Dalla Vecchia: «Noi sappiamo contribuire a diffondere conoscenza»

Cinzia Zuccon
SCHIO

«Non esiste “il lavoro del futuro”, piuttosto l'antidoto alla disoccupazione sarà la capacità di imparare di continuo sapendosi adattare a nuovi modi di lavorare e imparando a ridefinirsi presso le organizzazioni in base non tanto alla propria professione, ma al proprio valore». Silvia Zanella, scledense di origine con un'esperienza internazionale nell'ambito delle Risorse Umane - da lei passa tutta la comunicazione strategica per attrarre talenti in Ernst & Young - ha fornito una sorta di “cassetta degli attrezzi”

«Come attrarre i giovani talenti? Con l'identità di impresa, benefit, formazione e possibile carriera»

per il futuro del lavoro all'incontro ospitato dall'azienda Polidoro a Schio e organizzato da Niuko - società di Confindustria Vicenza - nell'ambito degli eventi di formazione di “Maps For Future”.

IL FUTURO DEL LAVORO È FEMMINILE. Innanzitutto, dunque, dotarsi di competenze; non solo “hard” specifiche, ma soprattutto “soft”: agili. Ma quali sono? Nel suo intervento al TedXDarsena a Milano, Zanella ha lanciato una provocazione: “Il futuro del lavoro è femminile”. «Attenzione: femmina, non donna, sarà il modo di lavorare e di cercare il lavoro - ha precisato Zanella - perché saranno vincenti caratteristiche più spiccatamente femminili come l'empatia, la capacità di ascolto e di inclusione, di collaborare e di entrare in relazione. Una visione “colodurista” del lavoro, accentratrice e verticistica, non funzionerà più». «E le donne - ha sottolineato Laura Dalla Vecchia, alla gui-

da di Polidoro - hanno anche il vantaggio di contribuire a diffondere conoscenza visto che non hanno timore di chiedere quando non capiscono, specie in ambito tecnico».

IL FUTURO DEL LAVORO È ADESSO. «Femminile - ha aggiunto Silvia Zanella - sarà anche la dimensione spaziale del lavoro: non penseremo più in termini di “posto di lavoro” dove recarsi ogni giorno ma, grazie alle tecnologie, la possibilità di lavorare si estenderà progressivamente fuori dalle aziende». Molti benefici per tutti: dalla possibilità di conciliare meglio il tempo di vita e di lavoro a un minor impatto ambientale visto sempre più persone potranno lavorare senza spostarsi. «Quello che soprattutto è destinato a cambiare - ha sottolineato Zanella - è la relazione capo-dipendente, sempre più focalizzata sulla performance: non m'importa da dove lavori purché tu raggiunga gli obiettivi nei

tempi stabiliti». Un futuro che è già qui per molte imprese come nella pubblica amministrazione. Ovviamente lo smart working meglio si adatta all'ambito dei servizi, mentre nel manifatturiero i responsabili delle Risorse umane dovranno trarre il meglio dalla convivenza di più generazioni in azienda visto che le imprese si aprono alle scuole e che si andrà in pensione più tardi.

CREARE UN “MARCHIO PERSONALE” E UN “MARCHIO AZIENDALE”. Non sarà più una professione a definirvi, cambieremo diversi lavori, per cui sarà determinante rendersi visibili attraverso le varie piattaforme e imparare a parlare delle proprie caratteristiche e del proprio valore. Per aree altamente manifatturiere, ha sottolineato però Dalla Vecchia, il problema è a monte: il disallineamento tra domanda e offerta di lavoro che si sta cercando di colmare dialogando con le scuole. Servirebbero



Silvia Zanella e Laura dalla Vecchia all'incontro promosso da “Niuko” in Polidoro

Da giornalista scledense a manager

Silvia Zanella ha iniziato come giornalista, strada che ha lasciato trasferendosi a Milano nel 2003 per avviare una carriera di successo nell'ambito del digitale e delle risorse umane. È stata responsabile “pubbliche relazioni e contenuti” del portale di annunci jobpilot. Successivamente ha ricoperto il ruolo di direttore marketing per il sito di recruiting Monster ed è stata a lungo in Adecco

passando dalla direzione e marketing in Italia a responsabile social media strategy e comunicazioni digitali del Gruppo in 60 Paesi. Da settembre è Head of employer branding and Hr communications in Ernst & Young per Italia, Spagna e Portogallo. È autrice e co-autrice di diversi libri: “Guida al Lavoro”, “Social Recruiter”, “Digital Recruiter” e “Personal Branding per l'Azienda”. cz

più tecnici a cui aziende come Polidoro offrono possibilità di carriera, esperienze internazionali in un contesto fortemente orientato a Ricerca e sviluppo. «Tutti elementi che le imprese devono saper comunicare - ha precisato Zanella - Per attrarre (e trattenerne) i talenti bisogna saperli agganciare parlando dell'identità dell'impresa, di ambiente e modalità di lavoro innovative, possibilità di carriera, oltre che di benefit e pacchetti di formazione avanzata». Detto in due parole, le aziende devono imparare a fare “employer branding”. •

© RIPRODUZIONE RISERVATA