

HR FOCUS

MAGAZINE



INTERVISTA A
ELISABETTA BERTOLDI
HR DIRECTOR
RICOH ITALIA

L'ORGANIZZAZIONE:
UNA OPPORTUNITÀ
PER DIFFERENZIARSI

INTERVISTA A
GABRIELE GHINELLI:
FOUNDER & CEO ORGPORTUNITY

OrgPortunity
turn on your organization

INTERVISTA A ELISABETTA BERTOLDI

HR Director Ricoh Italia



DI MARINA VERDERAJME

Elisabetta Bertoldi, HR Director Ricoh Italia. Partiamo dal suo percorso professionale.

Sono in Ricoh da 15 anni, sono entrata con il ruolo di HR Business Partner, un ruolo contributor, già Senior perché precedentemente avevo gestito dei team. Fondamentalmente, in passato la cultura aziendale era improntata su un HR prevalentemente operativo. Non c'erano ancora quelle figure essenziali e centrali nelle organizzazioni come gli HR Business Partner, figure realmente al fianco dei manager per aiutarli a raggiungere i loro obiettivi.

Come è naturale in un percorso di 15 anni, ho vissuto un'evoluzione progressiva all'interno di un'organizzazione HR in continuo cambiamento. Anche l'azienda è cresciuta molto: Ricoh ha avviato un progetto a livello globale per trasformare la value proposition ampliando il focus dal mondo del printing a una value proposition centrata sui servizi per le aziende e sull'esperienza delle persone.

In questa grande fase di trasformazione è stato lanciato un piano di acquisizioni e anche Ricoh Italia ha deciso di aprirsi sul mercato ed ha acquisito due aziende: NPO Sistemi che è stata acquisita nel 2015 e Mauden che è stata acquisita fine 2019. Sostanzialmente due aziende con una forte expertise nell'ambito del mondo IT.

Oggi parliamo di Ricoh Family Group, o Ricoh in Italia, come un gruppo di tre organizzazioni con offerte complementari.

Oggi io ricopro il ruolo di HR Director del gruppo. Un aspetto particolarmente stimolante del mio lavoro è favorire una sinergia concreta tra le tre aziende che compongono il Ricoh Family Group. Come funzione HR, il passaggio chiave è stato quello di comprendere a fondo il DNA distintivo di ciascuna realtà: culture, identità e modalità operative diverse, che rappresentano un valore aggiunto ma che richiedono un'integrazione attenta e consapevole per costruire un'identità di

gruppo coesa. Per dare qualche dato utile a comprendere meglio: Ricoh ha un'età media di 52 anni, con un'anzianità aziendale molto alta, NPO di 42 anni, mentre Mauden 38 anni con una presenza delle nuove generazioni molto più significativa: 1 su 4 in Mauden contro il 2% in Ricoh.

Cosa vuol dire in termini di persone in azienda?

Questo ci ha portato, come funzione HR, a maturare una consapevolezza fondamentale: per guidare efficacemente un gruppo eterogeneo, è necessario conoscere a fondo le persone, le dinamiche interne e le specificità di ciascuna realtà. Ricoh conta oltre 700 dipendenti, NPO circa 300 e Mauden 170: sono aziende diverse anche per dimensioni, con livelli di complessità organizzativa e operativa differenti. Questo si riflette anche nei processi, più o meno strutturati, e negli stili di leadership, che variano sensibilmente da una realtà all'altra.

Il lavoro che è stato fatto di HR si è concentrato nel mettere a fattor comune i valori delle tre aziende e ragionare sul tema dell'engagement per creare sinergie e iniziative mirate e coerenti con le specifiche caratteristiche e i bisogni delle diverse popolazioni aziendali. Di iniziative ce ne sono moltissime, è un percorso che portiamo avanti da tanti anni. Un aspetto particolarmente interessante è che molte di queste attività vengono realizzate anche a costo zero: un segnale concreto di come si possano generare valore e coinvolgimento senza necessariamente ricorrere a grandi investimenti. *È un'azienda attenta alla profittabilità, perché sappiamo che la solidità finanziaria è il primo asset che dobbiamo garantire alle nostre persone.* In un contesto



ELISABETTA BERTOLDI
HR DIRECTOR RICOH ITALIA

In un contesto in cui la stabilità del posto di lavoro rappresenta un valore fondamentale, essere un'azienda solida ci consente di costruire un ambiente positivo e di proporre iniziative coerenti con i bisogni reali delle persone. Uno strumento fondamentale che usiamo è la survey globale, che ci consente di misurare l'engagement con numeri concreti. Abbiamo un tasso di risposta altissimo, oltre il 90%, e questo ci permette di leggere in profondità i bisogni delle persone, non solo a livello complessivo, ma anche nei piccoli team. Per me l'HR deve essere un facilitatore, mentre il manager è il termometro del clima organizzativo. Il nostro compito è dare strumenti e supporto continuo per gestire al meglio le dinamiche del team.

Ci vuole citare qualche iniziativa?

Tra le iniziative mi piace citare quella legata al tema della Diversity & Inclusion, un percorso che affrontiamo con un approccio distintivo rispetto ad altri. Con orgoglio e consapevolezza, posso dire che abbiamo lavorato sul tema di genere in modo pragmatico, attraverso il percorso di Certificazione PDR 125. Questa certificazione non è stata un semplice adempimento burocratico, ma una reale occasione per avviare un cambiamento

culturale significativo. L'inclusione delle diverse generazioni rappresenta una sfida importante. Spesso i manager non sono abituati a gestire i nuovi stili di vita e le aspettative delle giovani generazioni, talvolta osservandoli con un approccio valutativo e poco aperto. Su questi aspetti abbiamo cercato di capire davvero cosa significa essere inclusivi e perché le aziende lo devono essere. L'inclusione per noi non è solo un valore etico, ma un aspetto fondamentale per essere sostenibili nel lungo termine.

Abbiamo cercato sempre di fare similitudini con il mondo naturale: una specie vegetale o animale che prende sopravvento sul resto crea impoverimento naturale. È una tematica che abbiamo ritrovato per essere innovativi e sostenibili, il tema della biodiversità è fondamentale. Ci siamo poi focalizzati alla tematica della D&I intesa proprio come questione di genere in modo molto pratico: un piano strategico e un comitato strategico che coordinava, guidato da me, che ha coordinato una serie di iniziative significative per promuovere un cambiamento reale e sostenibile all'interno dell'organizzazione.

Ne cito una, per noi la più impattante anche emotivamente, il tema del lavorare per contrastare la violenza di genere. Abbiamo dato vita a una collaborazione con Fondazione Pangea ETS, una ONLUS importante e conosciuta che nasce da una conoscenza della nostra Rappresentante Sindacale esterna. Lavorando insieme alle parti sociali, abbiamo avviato un progetto di sensibilizzazione sulla violenza di genere, che ci ha coinvolto in un percorso formativo intenso e di grande impatto. Da qui sono partiti dei progetti estremamente rilevanti, tra cui la sottoscrizione del primo Protocollo delle aziende del settore IT per contrastare la violenza di genere. Abbiamo ragionato sul tema prevenzione con dei percorsi formativi, abbiamo avviato un progetto che si chiama "Antenne", che ha visto una partecipazione volontaria di alcuni colleghi/e, circa trenta, che hanno partecipato a un percorso formativo molto approfondito, gestito dalle

Consulenti di Fondazione Pangea ETS e sono diventate delle “Antenne”, ovvero figure preparate che possono rispondere a eventuali richieste di aiuto e accompagnamento per colleghe che stanno vivendo situazioni di violenza, indirizzandole alle strutture di Fondazione Pangea ETS per la corretta assistenza.

Per quest’anno si prevede anche la formazione rivolta ai figli e alle figlie dei dipendenti, che potranno anche invitare un/una amico/a con il progetto chiamato “Stereotipi, istruzioni per il disuso: manuale creativo per sopravvivere alle etichette di genere”, coinvolgendo fino a 100 ragazzi e ragazze tra i 14 e 19 anni. Saranno seguiti da Fondazione Pangea ETS in un percorso volto alla decostruzione degli stereotipi di genere, a conoscere i concetti di base legati alla violenza, avere maggiore consapevolezza sugli stereotipi di genere presenti nella comunicazione, nei media, nella pubblicità e nel linguaggio.

L’obiettivo è che le nostre iniziative abbiano un valore per noi all’interno, ma anche per la collettività. Il nostro Amministratore delegato dice “siamo una grande azienda il nostro contributo non si può limitare a fare del business ma dobbiamo fare anche dell’altro: abbiamo anche una responsabilità sociale importante che ci viene richiesta dal nostro ruolo di imprenditori”.

Tornando al protocollo, esso prevede misure concrete per sostenere le dipendenti vittime di violenza, come ad esempio permessi, sovvenzioni, trasferimenti di sedi, supporti legali. Il protocollo, firmato dalle parti sociali, da Ricoh, da Pangea e da Confcommercio, è stato promosso come un unicum nel settore, distinguendosi per la sua unicità e valore innovativo.

GIDP ha dedicato il 2025 alle generazioni in azienda, in Ricoh come è affrontato?

Quello che cerchiamo di fare, è affrontare in modo pratico e interessante, il tema della “vecchia staffetta generazionale”, legato

legato molto al trasferimento delle competenze.

Abbiamo trovato molto interessante la mentorship rivolta ai giovani, dunque l’abbiamo attuata. Si tratta di un percorso di mentorship intra-aziendale, che coinvolge Senior Manager provenienti dalle tre diverse realtà del gruppo, che supportano i giovani talenti. Personalmente, ho preferito proporre l’iniziativa soprattutto ai manager, perché credo che un buon avvicinamento passi prima di tutto attraverso una maggiore conoscenza e consapevolezza da parte loro. Questo è molto utile perché effettivamente la valorizzazione dei ragazzi deve partire dalla leadership. Su questo si sono impegnati attivamente l’Amministratore Delegato e i Senior Directors e i risultati sono già molto positivi, è un tema proprio di conoscenza e della valorizzazione delle competenze interne dei Senior, un tema davvero molto importante.

Abbiamo tante persone vicine alla pensione, che trovano una spinta negli ultimi anni della loro carriera perché sono affiancati dai giovani e con loro si possono confrontare. Questo percorso, costruito nel tempo, riflette un cambiamento culturale: quello di lasciare un’impronta personale e professionale significativa all’interno dell’organizzazione prima del pensionamento. Aggiungo che stiamo lavorando moltissimo nelle scuole, Istituti professionali e ITS, e conosciamo ragazzi e ragazze davvero promettenti, che stanno sviluppando competenze su tematiche innovative, come ad esempio l’intelligenza artificiale.

Abbiamo valorizzato l’accompagnamento dei ragazzi nell’organizzazione, supportando anche i manager nell’accoglienza e nell’integrazione, decostruendo i bias che possono influenzare le percezioni e le relazioni. Ci stiamo lavorando ancora adesso

The image shows the RICOH logo in a bold, red, sans-serif font. The letters are thick and closely spaced, with a white background behind them. The logo is positioned in the bottom right corner of the page.

nella decostruzione di questi bias valorizzando molto i successi raggiunti. Abbiamo da poco accompagnato una scuola qui vicino i cui ragazzi hanno vinto la prima olimpiade di cybersecurity, che si è svolta a Singapore. È un risultato molto significativo, che evidenzia come queste nuove generazioni portino competenze avanzate e un mindset innovativo, molto diverso da quello della generazione precedente. Questo lavoro, che coinvolge sia i giovani talenti sia i manager, rappresenta una sfida importante per l'HR, ma per me è anche fonte di grande stimolo e motivazione. Portiamo avanti un'intensa attività di alternanza scuola-lavoro: è un impegno significativo, ma lo gestiamo con grande attenzione e coinvolgimento, anche grazie a consulenti che spendono del tempo per fare orientamento professionale. Ho notato un grande valore nell'affiancamento di questi ragazzi ai Manager e ai nostri professionisti: la presenza di questi ragazzi accanto a loro fa emergere il valore di entrambe le parti. Cerchiamo di rendere ogni occasione un'occasione di crescita reciproca.

Ultima domanda personale: in che modo "si ricarica"?

Qualche giorno fa un consulente di formazione mi ha fatto una domanda per un libro che sta scrivendo, un esercizio per riflettere sui difetti e per conoscere un po' meglio noi stessi. La domanda è "che difetto vorresti avere?". Io ho risposto "la pigrizia", per concedermi il lusso di restare un po' ferma, avere due ore da passare sul divano, cosa che proprio non riesco mai a fare. *Mi nutro della passione per questo lavoro e del piacere di stare con le persone, circondandomi di persone altrettanto appassionate. Il mio più grande obiettivo personale è trasmettere la passione che ho sempre avuto per questo lavoro. Mi ritengo una privilegiata, ho studiato in un periodo in cui non c'era un percorso HR; ho iniziato con economia, poi ho lavorato e successivamente ho studiato giurisprudenza, sempre con l'idea "voglio lavorare in HR", anche se non era affatto*

scontato. L'idea che avevo dell'HR quando andavo al liceo era molto diversa da quello che poi ho realmente vissuto, però ho mantenuto coerenza e determinazione nel seguire la mia direzione.

La cosa che ripeto sempre al mio team è che, ogni tanto, si si sente dire che l'HR lo possono fare tutti. In realtà, i percorsi di studio specifici per formare professionisti HR sono relativamente recenti. Per questo motivo, insisto sempre sull'importanza di essere molto preparati, di approfondire con passione i temi che ci interessano e di diventare veri specialisti. Solo così possiamo dare valore reale al nostro ruolo. Ho lavorato con il mio team sempre dando spazio alla creazione, co-creazione e immaginazione. Le persone nel mio gruppo hanno sempre responsabilità primaria legata al proprio ruolo ma anche responsabilità trasversali rispetto al team e all'intera organizzazione. C'è chi è HR Business Partner e si occupa di cultura; c'è chi si segue le relazioni sindacali o il diritto del lavoro, chi è focalizzato sulla formazione e allo stesso tempo traduce questa esperienza in progetti rivolti all'esterno, come l'alternanza scuola lavoro e la collaborazione con le scuole.

Ciascuno ha l'opportunità di diventare uno specialista nel proprio ambito, ma anche di sperimentare, esplorando aree affini o persino più lontane.



INTERVISTA A GABRIELE GHINELLI - FOUNDER & CEO ORGPORTUNITY

Gabriele Ghinelli, OrgPortunity. Da dove nasce OrgPortunity?

OrgPortunity nasce dieci anni fa, nel 2015, come tappa più recente di un percorso professionale iniziato già durante gli anni universitari. A quei tempi, sull'onda del mito degli yuppies e del boom degli anni '80, ero affascinato dal mondo della finanza. Così, insieme a un gruppo di amici, lasciai Lecce per Siena, scegliendo la facoltà di Scienze Bancarie. Molto stimolante, ma, studiando, scoprii che il mondo aziendale offriva molte più sfaccettature oltre la finanza, e decisi di esplorarle.

Un'opportunità di stage mi portò allora in una multinazionale, nell'area Risorse Umane, un ambito che iniziava a incuriosirmi grazie agli esami di sociologia e di organizzazione. Quell'esperienza fu illuminante: trascorsi alcuni mesi a Milano, scoprendo che quella sarebbe stata la mia strada.

Quell'azienda aveva un approccio molto efficace all'on-boarding, che poi ho cercato di adottare anch'io nella mia carriera: un percorso approfondito e trasversale, per comprendere davvero come funziona l'intera azienda. Nei primi due anni ho infatti lavorato anche in logistica, partecipando a vari progetti sia in Italia che all'estero.

Dopo quella fase, come previsto, tornai nelle Risorse Umane, lavorando così per quasi 25 anni in quattro grandi aziende. Sono stato fortunato: ho gestito attività ordinarie e progetti complessi come acquisizioni, fusioni e riorganizzazioni aziendali. È in quei momenti che ho davvero capito la differenza fra l'organizzazione reale e l'organigramma: scherzando dico spesso che quest'ultimo ti

indica solo chi autorizza le ferie o l'aumento, ma non spiega come funzionano davvero i processi aziendali. Ed è proprio da qui che parto quando lavoro all'organizzazione di un'azienda: dal capire chi fa cosa.

In che senso "partire dal chi fa cosa"?

I processi operativi sono il vero cuore dell'organizzazione, e sono convinto che le Risorse Umane siano centrali in questi temi, che purtroppo a volte vengono declinati in attività di Lean e ottimizzazione, senza una partecipazione reale da parte degli HR, chiamati più a risolvere la parte dei problemi del cambiamento più che a contribuire all'attività. Ci sono invece grandi opportunità che spesso si nascondono in processi interfunzionali o in relazioni di altro tipo, che vanno analizzate con una visione un po' più ampia che la semplice necessità di "far uscire più pezzi (o documenti, o servizi) più in fretta". *Come le persone interagiscono nell'operatività, comunicano e si supportano nella crescita e nell'apprendimento sono i veri temi di efficienza che un HR deve saper affrontare.*

Tornando alla nascita di OrgPortunity, dopo questi bei 25 anni (preceduti dai circa 25 da studente), di cui gli ultimi con responsabilità HR anche sulle sedi americane, *mi sono chiesto cosa volessi fare per i miei terzi 25 anni (per i seguenti 25 mi affiderei poi volentieri all'INPS), e ho aperto OrgPortunity (in pratica, il mio regalo per i 50 anni è stata l'acquisizione di un po' più di autonomia).*

Il nome OrgPortunity è un acronimo fra organizzazione e opportunità, perché *sono convinto che quella organizzativa sia la leva*

più forte che un'azienda può utilizzare per differenziarsi. Le tecnologie, per quanto siano avanzate, restano una commodity che chiunque può comprare. L'Intelligenza Artificiale, per esempio, è già disponibile per tutti, sia a livello personale che professionale, quindi non è di per sé un fattore differenziante. Il fattore differenziante è come la utilizzi (AI o altre tecnologie), come la metti a disposizione delle persone, dopo averne compreso le esigenze, e la inserisci nei processi, cioè nelle organizzazioni. Se ci pensi, ti accorgi che quello è il vero fattore chiave che rende le aziende competitive. Su questo approccio si basano i progetti che seguiamo in OrgPortunity.

A tal riguardo, mi piace anche pensare che si possa portare nelle grandi aziende la visione d'insieme che spesso trovo nelle piccole e medie, dove ognuno ha una visione più completa. Nelle piccole aziende, invece, cerchiamo di portare una visione organizzativa strutturata e strategica, tipica delle aziende più grandi. È il bello di poter imparare dalla varietà dei clienti con cui lavoriamo, di differente tipo e dimensione: quando ascolti, oltre a imparare, trovi anche idee e suggerimenti.

Anche il fatto di essere headhunter nasce proprio dallo stimolo ricevuto da alcuni clienti. Quando affronti questioni organizzative, prima o poi capita che si aprano delle nuove posizioni, così capitava che ci chiedessero di aiutarli a coprirle, perché ormai ci consideravano "di casa" e in grado di comprendere le loro esigenze. Quando conosci l'azienda come contesto, valori, processi e modi di fare, riesci a capire meglio quali candidati suggerire.

Quali consigli per migliorare l'organizzazione delle persone in azienda?

Ci sono mille cose su cui si può intervenire al riguardo, partiamo per esempio da un tema molto sentito: la costruzione di un buon ambiente di lavoro è un elemento chiave, strettamente collegato all'organizzazione, soprattutto se declinato come riduzione di processi ingarbugliati e stress a ciò collegati.

A volte, invece, lo si affronta in modalità meno profonde e si rischia di banalizzare questo argomento, seguendo trend in atto, perché "tutti fan così" ed è più semplice percorrere sentieri già conosciuti, in cui magari si prova a



GABRIELE GHINELLI
FOUNDER & CEO
ORGPORUNITY

a "regalare qualcosa" per aumentare l'engagement. L'attenzione alle esigenze delle persone si esplicita così in azioni di *welfare tradotto solo in benefit vari che, pur utili allo scopo e indispensabili nella competizione del mercato del lavoro, non bastano a rendere davvero migliore l'ambiente di lavoro, né risolvono i problemi, le tensioni, lo stress, che a volte le persone sopportano e che generano costi e inefficienze per l'azienda.*

In altre parole, prima di parlare di benefit, *per creare welfare reale si dovrebbe parlare di come si vive nell'azienda, di come si interagisce con capi, colleghi e collaboratori, di quali soddisfazioni proviamo, altrimenti tutti gli altri sforzi diventano uno spreco inutile. Benefit e benessere non sono sinonimi.*

In termini organizzativi, si dovrebbe andare oltre il ragionamento dell'efficienza finalizzata all'aumento dell' "output". Se riesci ad operare su questi temi di interazione (e quindi collaborazione) in modo da rendere più fluido il lavoro delle persone, risolvi i loro problemi ma al tempo stesso riduci anche quelli che rallentano le operazioni aziendali, in un win-win produttivo per tutti. *In un buon ambiente, l'innovazione è agevolata perché c'è più propensione alla collaborazione, a scambiarsi le idee e a metterle in pratica insieme.*

Quindi, consiglieri, come punto chiave, di

tornare a valutare cosa davvero vogliamo intendere per welfare. Il resto (smartworking, benefit, la flessibilità) è ok, ma non dimentichiamo la base: con quanto stress vado al lavoro la mattina perché so che litigherò col capo o con il collega o che dovrò tirar tardi per i soliti imprevisti? Il benessere inteso in questo modo, *come effetto di un modo di lavorare migliore*, è il vero boost che aumenta le capacità realizzative di una organizzazione e la rende attraente per i lavoratori.

Mi sono divertito a scrivere anche un piccolo libro su questo tema, e l'ho intitolato "*Fra dire e fare c'è di mezzo amare*", perché, secondo me, ciò che spinge ad attivarsi, a passare dal pensiero all'azione, è la passione. Devi amare quello che fai: ma come fai ad amare qualcosa che ti genera stress tutti i giorni? È difficilissimo, se non sei un masochista! Il messaggio del libro è quindi quello di impegnarsi direttamente nel migliorare la situazione, con alcuni suggerimenti in merito.

L'HR può giocare un ruolo importante in questa trasformazione, finalizzata a rendere benessere ed efficienza due grandi amici che camminano insieme.

Qual è il consiglio ricorrente che date all'HR?

Quello di entrare veramente in sintonia con una parte del ruolo che di solito non si trova nella job description, ma che è importante: *essere un connettore, un collante tra le funzioni. L'azienda è come una rete neurale, che si potenzia con le connessioni fra i neuroni, noi possiamo agevolare la creazione delle sinapsi fra le persone.* Nella complessità moderna che vediamo in tutte le aziende, quella organizzativa è diventata una sfida notevole. Buona parte del supporto HR si gioca su quel ruolo di facilitatore di processi e di interazione fra le funzioni.

Per questo diventa importante *conoscere i processi*, non solo dalla lettura delle job description, ma soprattutto per quello che accade e tramite quali interazioni. Bisogna impegnarsi ogni tanto a capire davvero come funzionano le cose nell'azienda, mettersi al fianco dei colleghi e unirli: di fronte a momenti di tensione dobbiamo essere quella figura che riporta un po' il senso della squadra rispetto a

scopi e obiettivi comuni.

Con OrgPortunity quali sono i prossimi progetti per le aziende?

Stiamo cercando di spingere sempre di più la diffusione di questi concetti, e un punto chiave è quello dell'*acquisizione di una mentalità strategica* (ne abbiamo parlato anche in un recente webinar con GIDP). Le Risorse Umane da sempre devono cogliere i trend importanti e capire in anticipo le cose che succederanno nel futuro. Nel nostro settore le azioni spesso non hanno un effetto immediato (a parte le piccole attività operative) e le più importanti si concretizzano in tempi medio/lunghi, per questo bisogna essere in grado di prevedere, oltre che reagire a cose accadute. Pensa ai cambiamenti enormi che ci aspettano rispetto all'introduzione dell'Intelligenza Artificiale nel mondo del lavoro: come sarà l'organizzazione domani, quali problemi dovremo affrontare e quali opportunità potremo cogliere, oltre a quelle ovvie come la produttività? Bisogna acquisire questa mentalità strategica, e noi stiamo cercando di portarla nelle aziende clienti, applicandola fin dalle prime fasi delle nostre attività con loro, quando ci focalizziamo sul capire il contesto e la strategia dell'azienda per tradurla in azioni organizzative coerenti ed efficaci.

È una sfida impegnativa che, per come la svolgiamo, esce un po' dai canoni standard delle attività di consulenza di Risorse Umane, ma, di fronte a cambiamenti rapidi e soprattutto molto impattanti sull'organizzazione, penso sia necessario acquisire questa mentalità e capire il modello di business dell'azienda, come si stanno muovendo i mercati, non per sostituirsi all'Amministratore Delegato ma per *creare e mettere in atto come HR la propria parte di strategia.*

Noi affianchiamo gli HR in questo percorso: essendo stato uno di loro, so bene che le loro responsabilità non lasciano molto tempo per allargare visione a certe cose e a metodi alternativi, ma so anche che con un po' di impegno si possono ottenere bei risultati e dare una nuova luce e visibilità al proprio ruolo in azienda. Cerchiamo quindi di supportarli con metodi che non siano solo teorici ma concreti, pratici, rompendo le barriere più tradizionali e ponendosi in modo nuovo per far evolvere il

proprio ruolo di HR al servizio dell'azienda.

Applichiamo inoltre questa visione di supporto a 360 gradi anche nelle attività di head-hunting. Conoscere la situazione, i programmi o i progetti dell'azienda ci aiuta a essere di reale supporto nella scelta delle persone giuste e (cosa sempre più importante) a coinvolgere positivamente i candidati nel processo di selezione. Il nostro focus resta quello di *capire come si può fare a far lavorare meglio le persone*.

GIDP è una associazione dedicata agli HR. Qual è il ruolo delle associazioni in questo ambito?

Credo moltissimo nella capacità delle associazioni di essere catalizzatrici di idee.

Oltre a informazioni, trend e statistiche, da cui siamo sommersi, ci servono scambi di pareri "vivi", che aiutano a visualizzare quello che è stato e quello che sta arrivando, e a condividere le idee che possono essere all'origine dell'evoluzione di un ruolo importante (nel nostro caso come HR).

Come in azienda la squadra vera non è rappresentata dalla singola funzione ma dall'insieme di tutte le persone dell'azienda stessa, allineate e unite dai suoi scopi e dai suoi obiettivi, lo stesso possiamo vedere in ambito associativo. Nell'associazione, la squadra è unita dal ruolo e dalle responsabilità che esso esprime, e il confronto in quell'ambito può fare molto per tenere vivo il progresso comune verso lo scopo e gli obiettivi che la nostra posizione rappresenta.

Tengo molto al confronto con i giovani, ritengo che affiancarli e fornire un giusto imprinting sia uno dei compiti principali di noi "diversamente giovani". L'associazione ha anche questo ruolo di cerniera, perché mettendo in contatto trasversalmente non solo settori diversi ma anche generazioni, consente di condividere esperienze creando valore. Come noi HR sappiamo bene, una cosa bella delle competenze è che quando ne condividi una con me non ti sei impoverito (non è un gioco a somma zero) ma hai arricchito me, e così, prima o poi, io potrò ricambiare con te o con qualcun altro, condividendo un'altra competenza di valore.

Questo è un ruolo importante delle associazioni, ci consente di liberarci dalla

visione unica della prospettiva aziendale e di guardare ogni tanto in campo più aperto, arricchendoci di esperienze.

In conclusione, una domanda sul tempo per sé

Dal punto di vista personale, purtroppo non ho preso il talento di famiglia (mio padre e mio nonno erano scultori) però adoro la fotografia, che tutto sommato è arte visiva e si lega bene anche alla mia passione per i viaggi e per le altre culture. La considero anche utile, perché fotografare non significa tanto scattare una foto ben esposta, quanto applicare un punto di vista diverso, magari originale.

È una passione che mi segue dall'adolescenza, ecco, forse, da dove viene la mia attitudine a guardare le cose da varie prospettive. La fotografia mi ha insegnato che la stessa cosa puoi vederla in vari modi, e a volte scopri che ne è valsa la pena, perché trovi finalmente quella giusta.

HR FOCUS

MAGAZINE



HRDA
GIDP
ASSOCIAZIONE DIRETTORI RISORSE UMANE

**HR FOCUS MAGAZINE è il periodico di approfondimento di:
G.I.D.P./H.R.D.A. Gruppo Intersectoriale Direttori del Personale
Human Resources Directors Association**

Testata Giornalistica Registrata presso il Tribunale di Milano n. 139 del 02/07/2021
Direttore Responsabile: Marina Verderajme

L'Associazione:

Sede Legale

Via Luigi Borghi n° 11
21013 Gallarate (Va)

Sede Operativa

Via Gaetana Agnesi n° 3
20135 Milano
Tel. 348 7677725

Contatti Segreteria Nazionale:

segreteria@gidp.it
ufficio@gidp.it

PARTNER G.I.D.P.



PERIODICO DI APPROFONDIMENTO DEL GRUPPO INTERSETTORIALE DIRETTORI DEL PERSONALE

DIRETTORE RESPONSABILE: MARINA VERDERAJME

TESTATA GIORNALISTICA REGISTRATA PRESSO IL TRIBUNALE DI MILANO N. 139 DEL 02/07/2021