Gi Group
YOUR JOB, OUR WORK
www.gigroup.eu

JOB 24
Il Sole 24 ORE

Gi Group
YOUR JOB, OUR WORK
www.gigroup.eu

Dossier. Come cambieranno le buste paga: le politiche retributive delle aziende **Pag. 32 e 33**

CARRIERE FORMAZIONE LAVORO

Segnali. Mercati del lavoro territoriali: tecnici per le imprese bolognesi **Pag. 34**

Mercoledì 1 Ottobre 2008

www.ilsole24ore.com/job24

LA 25ª ORA

Troppi aiuti e poche politiche attive

di **Walter Passerini**

Otto operai licenziati con un Sms in un'azienda artigiana di Reggio Emilia, senza stipendio, senza posto e senza ammortizzatori sociali. Undici telefoniste del call center all'ospedale di Legnano, che perdono il contratto a termine e cercano di difendersi stile "Full monty" alla milanese, con un casto "strip tease" che finisce su You tube. E poi i 3.250 esuberi di Alitalia, che avranno sette anni di ammortizzatori (quattro di cassa integrazione speciale e tre di mobilità), dopo una trattativa sempre sulle prime pagine dei giornali. Tre storie di ordinaria ingiustizia della differenza: solo se si è una grande azienda e si è "insider" il licenziamento, sempre drammatico, può essere ammorbidito. Agli altri tocca arrangiarsi, alla ricerca di un nuovo lavoro.

Siamo il Paese che spende più per politiche passive che per politiche attive del lavoro e che produce forti discriminazioni perché non esiste un sistema di veri ammortizzatori sociali. Certo, ammortizzare costa, ma perché la spesa diventa secondaria quando si tratta del "mercato politico del lavoro" o di un settore protetto? Si va avanti così da troppi anni, di decreto in decreto, con la solita deroga per chi è "più uguale degli altri".

I tempi sono maturi per affrontare la questione. Da un lato, introducendo un dignitoso sistema di indennità, per impedire che i licenziati delle piccole imprese e delle grandi finiscano nel lavoro nero. Dall'altro costruendo servizi integrati pubblici e privati. Gli ammortizzatori non sono solo soldi, ma anche reti di servizi efficaci, che aiutino e accompagnino le persone da un lavoro all'altro. Infine, resta da varare un sistema minimo di tutele, uguali per tutti, indipendentemente dal tipo di azienda o di contratto posseduto. È una questione di civiltà, per non discriminare a seconda del posto di lavoro, ma per offrire servizi veri sul territorio. In attesa del nuovo sistema si può puntare sui "contratti di solidarietà": ripartire su tutti la temporanea difficoltà. Che è sempre meglio di un decreto in deroga per una finta mobilità.

www.walterpasserini.com

Risorse umane. Da Francia e Stati Uniti si diffondono i siti internet per valutare le capacità dei manager

La pagella arriva online

La classifica delle imprese in cui si lavora meglio secondo i dipendenti

PAGINA A CURA DI
Daniele Lepido

Dare il voto all'azienda in cui si lavora e fare la "pagella" al proprio capo. Bocciandolo, magari, alla voce leadership e carisma, giusto per citare un paio di "materie" nelle quali il top manager si dovrebbe esercitare. Oppure promuovendolo a pieni voti per la capacità di fare squadra, di valorizzare le risorse umane e le singole competenze. Tutto su internet, in maniera anonima, con tanto di classifica dei più bravi e dei meno efficienti, delle società più amate e di quelle invece più criticate.

La parabola del (contro) marketing arriva da siti francesi come *Notetonentreprise.fr* e *Cotetaboite.com*, oppure da un portale americano dedicato «a quello che i dipendenti dicono dell'azienda», come *Glassdoor.com*. Per avere anche una panoramica sulle retribuzioni e scoprire, per esempio, che un ingegnere capo di Google guadagna 154mila dollari l'anno, un analista di Accenture 58mila, un tecnico "semplice" della General Motors 68mila, mentre un «Mac specialist» della Apple, la casa madre dell'iPhone, si attesta intorno agli 11 dollari l'ora. In Francia, invece, tra le aziende più "amate", almeno secondo i sondaggi di *Notetonentreprise.fr* che entro la fine dell'anno arriverà anche in Italia, ci sono Viadeo (internet), Alstom (treni e centrali elettriche) e Axa (assicurazioni). Mentre tra quelle meno popolari spiccano Fullsix (marketing), quotata anche a Piazza Affari, Sap France (informatica) e Airbus (aerei).

L'attendibilità di queste "pagelle" è tutta da dimostrare perché non c'è trasparenza sulle motivazioni che spingono il dipendente a parlare bene o male dell'azienda. Non c'è, insomma, alcuna scientificità nei giudizi espressi, tuttavia si tratta di casi reali che di fatto danno l'idea del clima aziendale.

CHI VINCE E CHI PERDE
Secondo Notetonentreprise.fr tra le aziende promosse ci sono Alstom e Axa, cartellino rosso invece per Fullsix, Sap e Airbus

In Italia non ci sono ancora, o quasi, siti del genere e i dipendenti, al di là delle intranet aziendali che sono più strumenti di servizio che di giudizio, hanno scelto i social network per parlare in modo informale del proprio datore di lavoro. Ma anche qui: alla critica prevale il senso di appartenenza, forse perché la forma anonima non è prevalente e quindi spopolano, per esempio su Facebook, gruppi come «Solo per i dipendenti del Gruppo Eni», con tanto di foto della copertina del piano industriale 2009-2012 o i «figli» del Banco di Sicilia (dedicato, letteralmente, ai figli dei dipendenti di questo istituto).

Al di là di ogni lettura sociologica, Internet si sta comunque imponendo come strumento di gestione delle risorse umane. E sempre di più, prima di assumere una persona o di fare un colloquio, sono le stesse società a fare un giro sulla rete per vedere cosa si dice nel cyberspazio della persona alla quale si sta offrendo un occupazione. Dal già citato Facebook ai più professionali Linkedin o Viadeo.

«Nel 2007 abbiamo assunto in Italia 350 persone di cui almeno il 15% attraverso un primo contatto sui social network», dice Laura D'Amico di Manpower, che continua: «Sul fronte interno ogni anno facciamo dei questionari su internet a tutto il personale, per incentivare il dialogo tra management e dipendenti. Ogni lavoratore è chiamato quindi a esprimersi in forma anonima sul proprio responsabile, su quanto è disponibile, sulle sue capacità di motivare il gruppo». Ma quali sono i web-tool utilizzati dalle aziende per gestire le risorse umane? E ancora: c'è la possibilità che anche in Italia si diffondano, magari in maniera più strutturata e trasparente, questionari online nei quali è il dipendente a dare il voto al proprio responsabile?

«Stiamo lavorando a una sorta di Linkedin aziendale - racconta Roberto Boscia di Orange Business Services (Gruppo France Telecom), responsabile delle Risorse umane per il Sud e l'Est Europa, per il Middle East e l'Africa –: potrebbe chiamarsi Orange Book, prevederà l'uso della foto, e sarà uno strumento utile anche per testare il livello di gradimento del management nei confronti dei dipendenti». Orange prevede anche procedure di «Feedback 360», grazie alle quali i dipendenti, attraverso questionari anonimi online, possono esprimere il proprio giudizio sul manager dandogli il voto su voci come «leadership» o «capacità di motivare».

Non tutti, però, ritengono che questa sia la strada giusta per costruire il giusto clima aziendale. «La possibilità data al dipendente di giudicare il proprio superiore, di dargli quindi un voto, presenta dei rischi oggettivi – spiega Vincenzo Vaccari, direttore risorse umane del Gruppo Fomas, impresa lecchese con un fatturato da 600 milioni di euro e 1.350 dipendenti, attiva nel settore della forgiatura dell'acciaio –. E per evitare che il fattore "simpatia" prevalga sulle reali capacità professionali, sarebbe necessario un filtro da parte dell'ufficio delle risorse umane, a cui spetterebbe il compito di ribilanciare tutti giudizi in relazione al contesto aziendale».

E c'è anche qualcuno che usa, con il beneplacito dell'azienda, una vera e propria chat istituzionale per interagire con i propri dipendenti. È il caso del gruppo Unilever, 4.500 dipendenti in Italia, 175mila nel mondo: «Si chiama Communicator – spiega Ernesto Moraggi, direttore delle risorse umane per l'Italia – e serve per condividere in maniera istantanea tutte le informazioni sul nostro gruppo».

La intranet aziendale, però, può anche essere utile per servire ai dipendenti piatti ghiotti come l'anticipazione di una campagna pubblicitaria. «Tra qualche giorno posterò un messaggio multimediale, fatto di video e slide, della nostra nuova pubblicità che andrà in onda a breve in tv e sul web», rivela Alberto Fumagalli, responsabile Hr di Matrix (Gruppo Telecom), che controlla, tra le altre cose, lo storico portale Virgilio.

Voti, pagelle, gestione delle *human resources* attraverso la Rete: il mondo delle imprese cerca una propria identità, possibilmente 2.0, a patto che tutto non sia un inutile esercizio di stile (digitale) e che i new media siano alla fine funzionali alla produttività.

daniele.lepido@ilsole24ore.com

Sono sempre di più i «top level» che chiedono a società specializzate di monitorare il web alla ricerca di notizie che li riguardano

Dirigenti, come rifarsi la fedina (digitale)

MILANO

L'antidoto contro la maldicenza digitale, la stilettata via web o il video scomodo da "oscurare", passa sempre per internet. Se il medium è il messaggio e il mezzo diventa più importante del contenuto veicolato, nell'era di Facebook, Linkedin, Youtube e Wikipedia, per dare un tocco alla reputazione online del supermanager ci vuole cotanto di consulente specializzato nel setacciare la rete. Alla ricerca del commento salace da eliminare o del complimento da far balzare in cima agli indici di ricerca con qualche innocente trucchetto.

Capita allora che il top manager si firmi incautamente su un sito di "cuori solitari" con lo stesso *nickname* utilizzato in azienda per quella o quell'altra consulenza. Oppure che l'amministratore delegato di una società sia "paparazzato" a cena con il diretto concorrente, e che le foto siano poi messe online. Tutti dettagli che non fanno bene alla reputazione delle rispettive società. Cosa fare, allora, in questi casi?

La soluzione è rivolgersi a società specializzate nello scovare su internet la "fedina digitale" di una persona, di solito manager d'alto livello. Richieste di questo tipo vengono fatte sia dalle stesse aziende, che prima di assumere alte cariche fanno di solito un giro in rete per capire cosa "si dice" di quella persona online. Oppure dai manager stessi che vogliono capire qual è il loro livello di gradimento nel cyberspazio. Cioè cosa si dice di lui nei social network, quali commenti negativi o positivi lo riguardano su Facebook, con la tentazione, magari, anche di dare una ritoccatina al proprio profilo su Wikipedia.

CACCIA AI PIÙ STIMATI
Andrea Barchiesi (*Reputazioneonline.com*): «Da Facebook a Youtube, setacciamo la Rete per raccogliere i commenti»

«Il nostro è un sistema che raccoglie notizie online che riguardano persone o aziende – dice Andrea Barchiesi, tra i fondatori di *Reputazioneonline.com* del gruppo ActValue, sito italiano che offre ai suo clienti un portafoglio di news che riguardano, appunto, il committente stesso – e non ci sono neppure problemi per quanto riguarda la privacy perché tutto quello che viene fuori è già di dominio pubblico, perché è online. Diciamo che il nostro mestiere è trovare i granelli giusti in un mare di sabbia...».

Altra cosa sono invece i sistemi di Feedback 360, come quelli che, per esempio, sviluppa l'Università Bocconi. «Abbiamo costruito dei tool che permettono ai manager di capire qual è la percezione che gli altri hanno di lui – spiega Massimo Magni, docente presso l'Area organizzazione e personale della Sda Bocconi di Milano – per costruire percorsi di formazione sulle competenze di leadership e di responsabilità sulla squadra. Sul web viene quindi creata una piattaforma personalizzata attraverso la quale i collaboratori esprimono valutazioni di determinati comportamenti del manager, se per esempio favorisce l'integrazione nel gruppo. Un modo concreto per aiutare i manager a vedersi con gli occhi degli altri».

I METODI

Valutazione a 360 gradi
Uno dei metodi più utilizzati dagli uffici risorse umane per capire qual è il livello di gradimento della classe dirigente della propria azienda sono i sistemi «Feedback 360» che permettono ai collaboratori del manager di esprimere un giudizio su di lui in maniera anonima.

Motivare il personale
Per migliorare le capacità di leadership e capire qual è l'immagine che si dà ai colleghi, l'Area organizzazione e personale della Sda Bocconi ha studiato una piattaforma online personalizzabile fatta di questionari.

Cyber-sondaggi

Fare la "pagella" del proprio manager o dell'azienda in cui si lavora è una delle nuove tendenze su internet, diffusa anche grazie ai social network

«DAI IL VOTO ALLA TUA SOCIETÀ»

Le classifiche
Questo sito francese fa una top list delle aziende con un indice di gradimento elevato da parte dei dipendenti, ma anche quelle considerate peggiori. Il voto è anonimo. A breve arriverà anche nella versione italiana.

www.notetonenterprise.com

LA POSTA DEL DIPENDENTE

Commenti da «imbucare»
Come si fa, nella realtà, con la casetta della posta, anche questo sito permette di esprimere il proprio giudizio sulla società in cui lavora. Sono citate attualmente circa 140mila imprese d'Oltralpe.

www.cotetaboite.com

DALLA PARTE DEL MANAGER

Un rating per gli impiegati
In questo sito canadese si possono dare anche i voti agli impiegati ed è prevista persino una ricerca per nominativo, settore industriale e provincia. Una sezione specifica è dedicata ai nuovi assunti.

www.ratemyemployer.ca

LA CASA DELLA TRASPARENZA

La «porta di vetro» sull'industria
Dà la possibilità di raccontare la propria storia aziendale, sempre in maniera anonima. Sono pubblicati anche gli stipendi, organizzati per settore e categoria e il gradimento dei top manager, con nomi e cognomi.

www.glassdoor.com

SOCIAL NETWORK

Un «libro faccia» per comunicare
Dirigenti, impiegati, free lance: Facebook è una delle reti più popolari per scambiarsi informazioni, notizie, foto: sono sempre di più i professionisti che vi accedono per promuovere la propria immagine.

www.facebook.com

QUESTIONE DI REPUTAZIONE

Le notizie (s)gradite
In Italia è uno dei pochi siti specializzati nella ricerca sul web dei commenti che riguardano una persona o un'azienda: a seconda della complessità della ricerca, i costi vanno da 100 a 10mila euro (vedi articolo qui a fianco).

http://www.reputazioneonline.it/

JOBTALK http://job24.ilsole24ore.com - http://jobtalk.blog.ilsole24ore.com

Parliamo di lavoro sul blog

DI **Rosanna Santonocito**

Carfagna scrive a Jobtalk

Anche Mara Carfagna scrive un post per Jobtalk. Dopo Cesare Damiano e Maurizio Sacconi, avere la ministra delle Pari opportunità mi fa particolarmente piacere: le donne sono una larga parte della community. Una nuova politica dei servizi ispirata alla sussidiarietà: voucher e detrazioni fiscali al posto degli interventi pubblici. Ampliamento del part time, rafforzare le politiche di sostegno del congedo e del reingresso nel mondo del lavoro, coefficiente familiare. È la strategia per favorire l'occupazione femminile che la ministra intende mettere in campo, in sintonia con il Libro verde. «È sempre meno vero che ci sia un problema di accesso delle donne nel mercato del lavoro (fatto salvo il divario meridionale); il problema sorge più avanti, quando la donna si trova a svolgere la funzione di madre e di moglie. La priorità del nostro intervento deve riguardare, pertanto, gli aspetti della cosiddetta conciliazione».

Claudio. I servizi per l'infanzia si pagano da soli con le maggiori entrate fiscali derivanti dal conseguente lavoro femminile aggiuntivo. Occorre attivare un circolo virtuoso che in altri paesi, più progrediti dal punto di vista della parità di genere e del senso civico, opera da tempo.

Emanuela.. Ora che sono anche mamma dico e, soprattutto vedo, che un part-time non sarebbe male però lo stipendio si riduce al 70% ...Quindi ben vengano le strutture pubbliche, gli sgravi alle famiglie ma aggiungerei anche gli sgravi alle aziende per incentivare il part-time perché, al giorno d'oggi, ai figli bisogna stargli dietro..

Laura.....un figlio è un costo per le famiglie e per le aziende (sostituzione maternità, part-time, assenze); in un periodo di grave crisi non penso ci siano sgravi fiscali che tengano....

Barbara.. Se gli ambienti lavorativi fossero più meritocratici, attenzione per tutti intendo uomini e donne, forse molte signore tra rinunciare al proprio lavoro e spendere al meglio tutto il loro tempo per gestire la famiglia e la cura dei figli, avrebbero invece scelto di organizzarsi e spendere le proprie energie su entrambi i fronti quindi anche su quello lavorativo.. *..continua su Jobtalk, il blog di Job24.it*

POST RECENTI

- Formazione /Lunedì di ranking: ecco i migliori corsi al mondo per gli aspiranti manager
- JobFiction / In "Burn after reading" dei fratell Coen la storia di un Paese cattivo.
- Flessibili o precari? Somministrazione di lavoro e flessibilità sostenibile, il convegno di Capri e la videointervista di Michele Tiraboschi su Job24.it
- Lavori in corso/ E la macchina disse all'uomo "gabbia confermata"