



IL PUNTO SUL LAVORO

Giunto alla sua quinta edizione, il Forum delle Risorse umane, organizzato da Comunicazione Italiana il **27 novembre** a Milano, a cui parteciperà anche "L'Impresa", sarà un'occasione per confrontarsi, attrarre talenti e dialogare con la comunità politica, economica e sociale del paese. «Gli obiettivi principali dell'edizione 2013 sono la ricerca di soluzioni condivise per rispondere alle sfide del cambiamento e dare un nuovo orizzonte di sviluppo sociale ed economico», dichiara **Fabrizio Cataldi**, fondatore di Comunicazione Italiana. L'agenda, ricca di appuntamenti, prevede keynote speech introduttivi, main session, workshop e Hr focus di settore, oltre a un fitto programma di Business Matching, incontri one-to-one per creare opportunità di business. Tra gli interventi più interessanti segnaliamo i tre keynote speech introduttivi. **Anna Maria Mazzini**, marketing manager di InfoJobs.it, presenterà i risultati dell'Osservatorio InfoJobs.it, con dati aggiornati sull'andamento del mercato in Italia, settori, categorie professionali e aree geografiche in crescita. L'avvocato **Franco Toffoletto**, presidente dello studio legale Toffoletto De Luca Tamajo e Soci, farà un'analisi delle novità introdotte dalla Riforma Fornero e degli effetti prodotti. Inoltre, farà un confronto della normativa italiana con quella prodotta da Germania, Francia, Spagna e Regno Unito. Infine, **Giorgio Angeli**, managing director, responsabile settore Human Capital Management Accenture, punterà l'attenzione sulle tendenze più recenti dell'innovazione tecnologica nelle risorse umane: talent Management Integration, Analytics, Mobility e soprattutto Cloud. Per informazioni: <http://www.forumhr.it/2013/programma.html>. La partecipazione è gratuita, ma è necessario registrarsi inviando i propri dati a info@comunicazioneitaliana.it. ■



United world of Germany

di Andrea Notarnicola

.....LATERAL BUSINESS

Ore 9, Berlino: sessione di ingaggio presso la sede centrale di un'impresa tedesca

leader di mercato, che ha deciso di cercare i suoi nuovi valori aziendali. Un consulente italiano atterra a Berlino pensando che non sarà facile essere advisor di questa organizzazione. Già si immagina i pensieri: gli italiani aiutano noi tedeschi a ricostruire la cultura d'impresa disegnando un modello di leadership? Da quale pulpito? Di questi tempi quando si lavora all'estero è bene farsi coraggio.

Trenta manager e dipendenti dell'azienda devono riscrivere in inglese i valori aziendali (ogni tanto una parolina in tedesco scappa). La metodologia di lavoro è semplice: prendete carta, colori e pennelli e dipingete l'azienda del futuro. Una psicologa segue l'andamento dei lavori, cercando di leggere in ogni tratto i segni di un inconscio collettivo, un bisogno, un desiderio, un progetto. Dopo un'ora il disegno è fatto:

"United world of Germany", quasi fosse una riedizione della storica intuizione benettoniana "united

colors", è un bellissimo ritratto di un mondo di dipendenti del brand (li chiamano co-workers) circondato da bandiere indiane, filippine, indonesiane, vietnamite, turche, libanesi, libiche, marocchine, somale, brasiliane...

La multiculturalità come forza, come energia naturale in questo gruppo non pare frutto di letture manageriali. La società tedesca è consapevole del fatto che oggi la partita si vince o si perde su questi temi. Un solo esempio: la capacità dei tedeschi di integrare la comunità

turca nel tessuto sociale del paese. Angela Merkel ha sostenuto il valore delle diversità da centrodestra. Del resto la sua è una diversità totale. Una donna, dell'est, libera dallo stereotipo della seduzione forzata, ha costruito un modello di leadership che stravolge il

AZIONE LATERALE

Volete promuovere il cambiamento culturale nelle vostre imprese? Proponete alle persone un percorso di consapevolezza sul rapporto tra valori della società e valori aziendali: quanto la nostra azienda è permeabile ai disvalori del contesto in cui vive? In che misura è tenuta a promuovere un cambiamento nella cultura del nostro paese?

