

Le risorse umane sono un asset fondamentale per l'impresa: individuare i diversi talenti utili per le organizzazioni aziendali, gestirli al meglio, costruire per loro i percorsi di carriera più appropriati, è una necessità di primaria importanza. Ne parliamo con Antonio Angioni, direttore generale di Right Management, da trent'anni attiva proprio nell'attività di talent and career management.

D. Quali sono gli elementi che distinguono l'attività di Right Management?

R. La nostra filosofia è ben sintetizzata nel nostro pay-off: "business and talent aligned". Ciò significa che il nostro fine è perseguire la massima sintonia tra persone e obiettivi, ovvero riuscire ad allocare le risorse in linea con le esigenze del business aziendale. Per ottenere questo risultato, dobbiamo essere bravi nel talent assessment, nello sviluppare leader, nell'aiutare le organizzazioni a rigenerarsi, nel coinvolgere le persone, magari lasciate un po' in ombra dalle aziende. Senza dimenticare la gestione dei processi di outplacement, l'area nella quale l'azienda è nata trent'anni fa. Negli anni, Right Management ha vissuto uno sviluppo proteiforme, diventando ciò che è oggi in funzione delle esigenze che le aziende le manifestavano. Se abbiamo costruito il portafoglio di servizi e knowledge di cui oggi disponiamo, lo dobbiamo alla capacità di leggere in anticipo le esigenze delle aziende, traducendole in modelli sempre personalizzati. Abbiamo la presunzione di diventare nel tempo indispensabili partners dei nostri clienti.

D. In che modo si diventa indispensabili?

R. Lo si può diventare soltanto attraverso la certezza del return of investments (roi): un obiettivo solo apparentemente difficile da misurare nel nostro settore. Dipende dal tipo di

RIGHT MANAGEMENT

L'esperienza e le soluzioni per valorizzare le risorse umane in funzione del business e degli obiettivi delle aziende

Dal novembre 2008, Antonio Angioni è direttore generale di Right Management, parte del Gruppo Manpower, leader mondiale nei servizi per il lavoro. La società, con sede a Milano e uffici a Torino, Bologna e Roma, conta 21 consulenti nell'area del talent management e 15 in quella del career management, oltre al personale e alla struttura di vendita.



"Business & Talent Aligned", ovvero perseguire la massima sintonia tra persone e obiettivi, è la filosofia della società.

Ogni intervento è su misura delle esigenze del cliente, cui Right Management cerca di trasmettere un "metodo".

Il retail è un comparto al quale la società intende proporsi anche in Italia, forte delle esperienze maturate in numerosi importanti mercati internazionali.

progetto: nelle analisi di clima, per esempio, occorre partire dalla storia e dagli obiettivi dell'azienda, bisogna aiutarla a comunicare bene le aree di sofferenza eventualmente riscontrate e i risultati ottenuti o da conseguire. A ogni modo, vorrei sgombrare il campo da equivoci di sorta: essere indispensabili per noi non significa far sì che il cliente dipenda da noi, bensì riuscire a lasciare all'azienda e al suo management la padronanza di un metodo, di un processo definito. Un approccio efficace, se è vero che spesso i nostri clienti, dopo che abbiamo lavorato con loro a livello di management, ci richiamano per intervenire sul resto dell'organizzazione.

D. In quali aree operate maggiormente?

R. L'industria - manifatturiera

e del largo consumo - e i servizi sono le due macroaree di riferimento. Mi piace sottolineare che, a prescindere dal business di ciascun cliente, siamo sempre animati dalla volontà di fare di ogni case history un progetto unico, mai standardizzato. Quello che non cambia è l'approccio: partiamo dalle priorità del cliente, dal suo percepito e non cerchiamo di imporre le nostre visioni.

D. E il retail?

R. È un mercato che ci interessa moltissimo in Italia, anche perché abbiamo sviluppato in questo ambito interessanti esperienze a livello internazionale. Vorrei citare, tra le altre, quelle sviluppate presso due catene francesi del calibro di Carrefour e Auchan. Con la prima abbiamo fatto un interven-

to di assessment a livello di top management. Con la seconda siamo intervenuti per gestire la complessità, coinvolgendo tutto il personale e facendo di questo engagement un elemento distintivo anche nei confronti dei competitor. Abbiamo lavorato anche negli States (con Wall-Mart) e abbiamo iniziato anche nel Regno Unito. Ecco perché ci sentiamo pronti a mettere a disposizione il nostro know-how anche alle imprese distributive che operano in Italia. Penso non solo alla grande distribuzione alimentare, ma anche alle grandi catene, per fare un esempio, dell'abbigliamento o dell'elettronica di consumo.

D. Quali sono i bisogni del retail?

R. Da una ricerca commissionata dall'Associazione europea dei direttori delle risorse umane, le priorità sono tre: la gestione dei talenti, il consolidamento della struttura manageriale e la necessità di coinvolgere di più i collaboratori, di recuperare il rapporto con le persone. In buona misura, questo può valere anche per il nostro Paese.

D. Quali target vi ponete per il prossimo anno?

R. L'obiettivo di fondo è crescere, magari in mercati come il retail, dove non siamo presenti. Dobbiamo essere sempre più reattivi e vivaci, proprio come i nostri colleghi delle filiali operanti nei mercati emergenti. In fondo, credo che avere la disponibilità di una visione globale, assicurata dalla nostra struttura multinazionale, crei un vantaggio competitivo.

RIGHT MANAGEMENT
A Manpower Company

Right Management
Via Martignoni
20124 Milano
Tel. 02.47964711
Fax 02.47964799
www.rightmanagement.it