

RISORSE UMANE • Indagine su 41 grandi società

Arrivano in azienda manager con l'anima

di ENZO RIBONI

E' meglio un manager con l'anima o uno razionale tutto cervello e numeri? E poi, quell'anima, che colore deve avere: deve essere bianca o nera? E il manager, deve essere angelo o diavolo?

Qualunque sia il colore, comunque, le tendenze del management attuale dicono una sola cosa: meglio per i manager avere l'anima e meglio se da «angelo». Se un direttore delle risorse umane, infatti, si occupa troppo (leggi esclusivamente) di conti, di come contenere le spese di gestione del personale e dimentica di aver a che fare con l'anima, con i sentimenti degli uomini, è destinato all'insuccesso assieme alla sua azienda.

E' quanto emerge da una indagine condotta dalla società di executive search, cioè di caccia di teste d'alto livello, la Neusearch guidata da Gianni Dell'Orto, uno dei professionisti più noti del settore. La ricerca ha interpellato 41 capi azienda di altrettante grandi imprese, da Autogrill a Barilla, Be-

netton, Enel, Mondadori, Vodafone, e ha chiesto come dovrà essere il direttore risorse umane del prossimo futuro.

«Gli amministratori delegati — spiega Dell'Orto — si aspettano persone con qualità personali quali l'equilibrio, la lealtà, la trasparenza, il coraggio, la credibilità. Con grande apertura mentale e con la capacità di mettersi al servizio degli altri, in grado di considerare le persone non come un costo ma come un investimento con un ritorno adeguato». I capi azienda, cioè, si concentrano soprattutto sulle qualità che oggi non ritrovano nei loro direttori del personale, perché li vedono troppo spesso abituati a concepire il loro ruolo come un centro di potere, una posizione da cui decidere il destino dei dipendenti.

«Viceversa — sostiene Dell'Orto — gli amministratori delegati chiedono ai capi delle risorse umane la capacità di tenere alta la motivazione dei lavoratori, per vincere una guerra oggi sempre più diffici-



le, quella dei talenti: trattenerne e motivare i migliori».

Una società di cacciatori di teste deve proporre alle aziende profili manageriali nuovi, competenti professionalmente ma soprattutto dotati, appunto, di «anima». E per fare questo, secondo Neusearch, bisogna usare anche una dose di filosofia orientale. «Un pensiero — chiarisce Dell'Orto — che si manifesta nella ricerca dell'armonia. Il nostro modo di lavorare è orientato a entrare in sintonia con le persone, per portare in azienda dirigenti con l'anima. E ciò perché le stesse aziende hanno un'anima, perché sono fatte di uomini, cioè non solo di parti mentali ma anche di emotività. Un capo del personale che parli solo di numeri e di grafici dimentica gli uomini ed è destinato a perderli, a regalare i migliori alla concorrenza».