

L'INDAGINE

I direttori commerciali per l'Italia svettano nelle ricerche qualificate

Direttori commerciali per l'Italia (32%), controller (17%) e responsabili delle attività operative (16%). Saranno questi i manager più richiesti dalle aziende nei prossimi mesi. Fra i settori brillano banche, assicurazioni e finanza, grande distribuzione e servizi. In leggera crescita l'industria e la moda. In generale le ricerche di manager saliranno nel 2006 di circa l'8% e potrebbero crescere del 10% nel 2007. È quanto emerge da una indagine

condotta da MCS su un campione di circa 100 direttori del personale, intervistati sulle prospettive di inserimento di quadri e dirigenti di prima nomina nel 2006 e 2007. L'indagine segnala il ritorno delle figure di direttori commerciali Italia, che rappresentano circa il 29% delle ricerche nel 2006 e saliranno al 32% nel 2007. Fra le figure più richieste figurano poi i responsabili amministrazione finanza e controllo (21% nel 2006), i responsabili

Commerciale Italia in pole position

Funzione	2006 %	2007 %
Commerciale Italia	29	32
Amministrazione, finanza e controllo	21	17
Operations	18	16
Marketing e Trade marketing	10	12
Commerciale estero	11	9
Human resources	6	7
ICT	3	3
Altro	2	4

Fonte:

li operations (18%) e i direttori marketing (10% nel 2006), destinati ad aumentare nel 2007.

Stabili (11% nel 2006) i direttori commerciali estero: le aree maggiormente interessate sono l'Europa, sia Ovest che Est, l'Estremo Oriente e in misura inferiore Nord e Sud America. Si mantengono sui livelli fisiologici, invece, le ricerche di figure specializzate nelle risorse umane e nei sistemi informativi. Ma in quali settori si concentreranno le ricerche di manager a fine 2006 e inizio 2007? A trainare saranno banche, finanza e assicurazioni, grande distribuzione e servizi. In leggera crescita anche industria e moda. Stabili alimentare, auto, beni di lusso e Information & Communications Technology. La polarizzazione verso le figure commerciali e di controller riflette la fase di ripresa dell'economia, accompagnata però da fusioni e riassetti aziendali. Le imprese puntano al rilancio, con un forte impulso commerciale ma tenendo d'occhio i costi.



BUSINESS HUMOUR

Cannibal management

Una società informatica fa una infornata di nuovi programmatori, scelti fra i migliori giovani talenti. Applicando i manuali contro le discriminazioni, nessuno pone domande sui gusti culinari. E così vengono assunti anche cinque cannibali.

Il direttore risorse umane incontra i nuovi arrivati e presenta i valori della società: "Benvenuti nella squadra! Sono certo che ognuno di voi apprezzerà i colleghi. Qui si guadagna bene, e per mangiare abbiamo una ottima mensa". Qualche settimana più tardi il ma-

nager convoca di nuovo i programmatori e si complimenta per il lavoro svolto. "Mi sembra che vi stiate inserendo bene e spero che abbiate apprezzato il gusto delle relazioni umane...".

"Abbiamo però un piccolo problema", aggiunge, "Da ieri sembra scomparsa la ragazza delle pulizie e gli uffici sono sporchi. Qualcuno di voi sa cosa le è successo?".

Tutti negano, ma appena il direttore esce i cinque cannibali si ritrovano davanti alla macchinetta del caffè e il più grande di loro domanda agli altri: "Chi di voi è

l'idiota che ha mangiato la ragazza?". Il più giovane, esitante, alza la mano e cerca di scusarsi: "...era così gustosa".

"Imbecille, vuoi che ci scoprano tutti e ci licenzino? Per un mese abbiamo mangiato responsabili, direttori, area manager e product manager, senza che nessuno si accorgesse di niente. Dovevi mangiarti proprio la ragazza delle pulizie?".

EDITORIALE

Con la flessibilità più occasioni di lavoro

Il 2006 sarà ricordato come un anno "eccezionale" per l'occupazione: le persone in cerca di lavoro sono infatti scese ai minimi storici dal 1992 e il tasso di disoccupazione, secondo i dati dell'Istat, è sceso al 6,5% nel secondo trimestre del 2006, ben un punto percentuale in meno rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Il calo dei disoccupati è legato alla continua crescita degli occupati, che nel secondo trimestre 2006 sono stati 536.000. Gli occupati in Italia sono arrivati così al massimo: 23 milioni e 187 mila unità, il 2,4% rispetto ad un anno prima. Il tasso di occupazione è passato dal 57,7% del secondo trimestre 2005 all'attuale 58,9 per cento, mentre le persone che cercano lavoro sono scese ad un milione e 621 mila.

In crescita tutte le aree d'Italia: Nord (+0,8), Centro (+0,3) e Sud (+0,6). Questi risultati "straordinari" sono certamente legati alla ripresa dell'economia, che torna a crescere dopo anni di stallo. Ma sono anche, indubbiamente, il frutto maturo della flessibilità introdotta nel mercato del lavoro, in particolare con la legge Biagi. A contribuire alla crescita dell'occupazione sono stati, infatti, diversi fattori. I lavoratori stranieri sono aumentati di 162 mila unità.

Crescono anche gli over 50: la quota di occupazione in questa fascia di età si è arricchita di 242 mila persone. In generale si registra un incremento significativo dei lavoratori a tempo determinato,



che sono saliti di 120 mila unità. Un'ulteriore conferma, quindi, che la flessibilità del mercato del lavoro riesce a far incontrare meglio domanda e offerta. Ovviamente restano delle forti differenze: la disoccupazione al Sud (12%) cala ma resta sempre doppia rispetto alla media nazionale. Il tasso di disoccupazione è

al 3,4% al Nord e al 5,9% al Centro. Sembra quindi positivo il bilancio della legge Biagi, che ha reso più flessibile il mercato del lavoro in Italia.

Lo conferma una recente indagine condotta da MCS fra i direttori del personale, 7 aziende su 10 sono disposte a sopportare costi un po' più elevati pur di mantenere i contratti flessibili. Il giudizio positivo sulla normativa è unanime (98%) e le imprese ritengono che abbia favorito la scoperta di talenti e l'inserimento di giovani laureati e persone senza occupazione.

Grandi preoccupazioni destano, invece, l'ipotesi di una drastica revisione della normativa, che potrebbe portare ad un rallentamento (86%) o addirittura ad una riduzione delle assunzioni (71%). Giudizi favorevoli vengono espressi, invece, su modifiche che mantengano la struttura attuale (52%), che si limitino ad eliminare le figure dello staff leasing o del job on call (17%), assai poco diffuse.

La Legge Biagi, secondo le aziende interpellate da MCS ha dato risultati molto positivi in una fase critica per l'economia. Potrebbe quindi dare un grande beneficio adesso che si intravede la ripresa.

Ad avere benefici, inoltre, non sono state solo le aziende, ma anche i lavoratori. Quelli più giovani hanno avuto una possibilità di fare esperienza ed entrare nel mondo del lavoro e quelli più senior di rientrare nel ciclo produttivo.

Intervista ad **Andrea Lo Sasso**
Direttore Risorse Umane e IT

VDC, il rilancio come mission

L'Azienda è stata acquistata da un gruppo indiano nel 2005
Grande sforzo per motivare e coinvolgere le persone
e affrontare insieme la sfida di delocalizzare in Italia

Produrre schermi televisivi ad alta definizione in Italia, rilanciando gli stabilimenti in cui si fabbricavano i vecchi tubi catodici. Una sfida e una scommessa di una azienda italiana acquistata da un grande gruppo indiano.

Ce la racconta Andrea Lo Sasso, da cinque anni direttore risorse umane e information technology della VDC Technologies, già Videocolor, che ha i propri stabilimenti in Anagni, in provincia di Frosinone.

Nato a Roma nel 1959, Lo Sasso è laureato in scienze politiche alla Luiss e sta completando gli studi per una seconda laurea in giurisprudenza.

In precedenza ha ricoperto vari incarichi nelle risorse umane in aziende farmaceutiche. Appassionato sportivo ha praticato per anni rugby, sci ed equitazione. Il gruppo conta in Italia circa 1.550 addetti, fra i quali una decina di dirigenti e circa 50 quadri.

L'azienda faceva parte fino al febbraio 2005 della Thomson, gigante europeo dell'elettronica di consumo.

È stata poi ceduta nel marzo 2005 al Gruppo Videocon, multinazionale indiana attiva nell'elettronica di consumo, negli elettrodomestici bianchi e nell'energia.

Sotto le nuove bandiere è stata avviata la riconversione, con un innovativo piano industriale,

passando dai tradizionali tubi catodici, ormai obsoleti, agli schermi al plasma.

Il piano industriale prevede la cessazione della produzione di tubi catodici e la diversificazione con l'installazione di 4 linee di assemblaggio tv: televisori finiti, plasma, LCD e catodici. La capacità produttiva prevista è di 6.500 televisori al giorno.

Inoltre è stata installata una linea di assemblaggio di impianti di aria condizionata civile. Con la ripresa dell'attività operativa il gruppo prevede di mantenere il personale, al netto del turn over.

Ci racconti di questa azienda...

"Siamo impegnati in una grande sfida: delocalizzare dall'India in Italia, dimostrando al nostro nuovo azionista indiano che investire qui è una opportunità e che il sistema Italia risponde alle sollecitazioni. L'iniziativa è sostenuta da un contratto di programma che prevede circa 330 milioni di euro di investimenti. Nel piano c'è anche un nuovo stabilimento in Campania per produrre 6 milioni di pannelli LCD, che darà occupazione a 1.200 addetti".

Come affrontate questa sfida?

"Il coinvolgimento delle persone è fondamentale. Manteniamo la



massima trasparenza su tutte le vicende aziendali. Recentemente abbiamo fatto un investimento di 860.000 euro finanziato dalla Regione Lazio per la formazione di 450 persone che lavoreranno sulla nuova linea di assemblaggio tv".

Come sta cambiando l'azienda?

"Negli ultimi anni abbiamo inserito nuove figure professionali di alto livello. L'azienda è diventata ancora più una multinazionale: abbiamo 40 espatriati in Italia provenienti da varie parti del mondo. Ci sono, per esempio, 4 ingegneri coreani che hanno alle spalle importanti esperienze in alcune delle più innovative aziende del mondo negli schermi al plasma e LCD. Poi ci sono due ingegneri giapponesi che provengono dal centro ricerche di uno dei Gruppi giapponesi più famosi e poi numerosi colleghi indiani del Gruppo. C'è comunque un proficuo scambio: da una parte stiamo importando cultura multinazionale e dall'altro esportiamo il modello e la cultura industriale occidentale in un

gruppo orientale.

Per i giovani abbiamo fatto delle campagne di selezione interna. Quando ricerchiamo figure professionali o manager ci facciamo assistere da società di consulenza come MCS".

Come ci si trova con un'azionista orientale?

"Ci sono delle differenze culturali, ovviamente. Noi abbiamo un approccio a lungo termine. Loro attenzione al breve e soprattutto alla cassa. Che certo non fa male, anzi, ne esce una buona squadra. È una esperienza molto impegnativa: ogni giorno è una sfida, una conquista. Abbiamo relazioni molto fitte con l'India. Mandiamo nostri tecnici in India per mettere a punto le linee di tubi catodici in India e così esportiamo il nostro know how storico".

Come vede il futuro?

"Stiamo creando un polo produttivo unico nel suo genere in Italia ma anche in Europa, con lo

sforzo di dipendenti, sindacati, management e istituzioni pubbliche. Se fanno tutti la loro parte penso che avremo successo.

La produzione di televisori è partita nel novembre 2005.

Le vendite sono iniziate verso clienti italiani e ora anche europei. Dal 2007 avremo un nostro marchio.

E abbiamo mantenuto una collaborazione con il precedente gruppo, la Thomson".

Come sta cambiando l'azienda?

"Con l'inserimento di giovani: abbiamo elevato la scolarità media degli addetti. I giovani in certe cose sono di traino anche per gli altri. Ma naturalmente l'esperienza dei meno giovani è di grande utilità. Ai vertici sono stati inseriti manager nuovi, entrati da qualche anno, dopo il forte turnover del 2001-2002.

Adesso abbiamo un management compatto e di stile internazionale, compresi 2 senior manager indiani, che stanno assorbendo la cultura italiana.

Abbiamo anche un cuoco indiano. E c'è uno spazio indiano nella mensa che ha conquistato anche gli occidentali".

Cosa fate per informare i dipendenti?

"Abbiamo un ricco programma di comunicazione interna: newsletter, visual management, etc. Manteniamo un forte rapporto con i sindacati.

Abbiamo adottato uno stile di casual company tutti i giorni nel modo di vestire, anche se i manager hanno sempre camicia e cravatta pronte nell'armadio in caso di necessità.

E promuoviamo un approccio diretto: per esempio affinché le persone si diano del tu fra di loro.

Stiamo investendo molto nella formazione. Per i manager, in particolare, abbiamo creato dei programmi personalizzati e stiamo valutando la possibilità di fare dei Master week-end con interscambio di funzioni. Promuoviamo un forte spirito di lavoro di squadra e un approccio senza confini rigidi".

Conservare con cura la password del PC è un obbligo per il buon dipendenti

Il dipendente che dà la propria password ad estranei, consentendo così l'accesso ai dati riservati della rete aziendale può essere licenziato.

Lo ha stabilito la Corte di Cassazione, sezione Lavoro, con la sentenza n. 19554. La Cassazione ha così confermato una sentenza della Corte d'Appello, che aveva respinto l'impugnazione di un licenziamento effettuato da una società. L'azienda aveva accertato che "erano state eseguite

connessioni con la rete informatica interna" utilizzando l'identificativo del dipendente, anche da un'utenza telefonica di Milano mentre l'uomo era al lavoro in un'altra località.

Considerata la gravità del caso, la Corte ha ritenuto giusto il licenziamento, in base alle motivazioni della Corte d'Appello: "il comportamento del lavoratore si è concretato nella diffusione all'esterno di dati idonei a consentire a terzi di accedere ad

una gran massa di informazioni attinenti l'attività aziendale e destinate a restare riservate". Per questo, "la valutazione della proporzionalità della sanzione rispetto alla gravità della mancanza del lavoratore - hanno sottolineato i giudici - si risolve in un apprezzamento di fatto incensurabile".

La sottrazione di dati aziendali è stata ritenuta idonea ad integrare la giusta causa di licenziamento.