

Cambia la selezione “I profili senior sono più richiesti”

“IL FATTO NUOVO È COSTITUITO DAL CAMBIAMENTO DELLE QUALITÀ RICHIESTE NEI CANDIDATI: NON BASTANO PIÙ L'AMBIZIONE E LE COMPETENZE TECNICO-SPECIALISTICHE, SE NON SONO ACCOMPAGNATE DA CAPACITÀ DI RELAZIONE”

Luigi Dell'Olio

Milano

Le aziende riscoprono i manager senior, i candidati si fanno più diffidenti nel cambiare azienda e le società di head hunting cercano nuovi canali di comunicazione per restare al passo con il mercato. La selezione del personale è un mercato in perenne movimento, alla luce della sua stretta dipendenza dal momento economico.

Fabio Ciarapica, senior partner di Praxi Executive, segnala le nuove tendenze: «In questa fase sono poche le posizioni che si aprono all'interno delle aziende, alla luce della congiuntura che stiamo vivendo», premette. «Il fatto nuovo è costituito dal cambiamento delle qualità richieste nei candidati: non bastano più l'ambizione e le competenze tecnico-specialistiche, se non sono accompagnate da spiccate capacità di relazione». Un elemento, questo, che favorisce il ritorno di attenzione verso i profili senior: «Oggi il giovane rampante non sempre è preferito al professionista maturo che si mostra capace di gestire il cambiamento organizzativo, focalizzarsi sul business e, in alcuni casi, condurre in porto progetti di ridimensionamento». I cambiamenti in atto non risparmiano i quadri: «Su di loro si manifesta in maniera più forte la crisi», osserva Ciarapica. «Su questo fronte assistiamo a un congelamento delle posizioni. Anche coloro che vorrebbero cambiare perché si trovano all'interno di aziende in crisi o perché non si sentono adeguatamente valo-

rizzati, spesso rinunciano a nuove opportunità di lavoro per paura dei cambiamenti». Un fenomeno non del tutto nuovo nel mercato italiano, che deriva dalla scarsa fiducia nella flessibilità del mercato, che in questa fase di crisi tende ad accentuarsi.

L'andamento del mercato del lavoro produce cambiamenti anche tra gli operatori della selezione. Maria Rita Costantino, decana dell'associazione Assores, che rappresenta il settore ricerca e selezione del personale-outplacement, oggi **Confindustria** Assoconsult: «Nell'ultimo anno il fatturato delle società del settore si è dimezzato e circa il 30% delle realtà autorizzate in Italia ha abbandonato l'attività; inoltre una quota simile ha cercato di diversificare il business, dal career counselling al bilancio delle competenze, fino all'analisi del clima aziendale. Costantino rileva che negli ultimi dieci anni la fidelizzazione dei clienti si è fatta molto più ardua: «Quasi tutte le società interinali hanno ottenuto l'autorizzazione ministeriale che consente di svolgere la ricerca di alti potenziali, quadri e dirigenti», sottolinea. «Di conseguenza, il mercato di coloro che tradizionalmente occupavano la fascia medio-alta è stato fortemente ridimensionato».

Quanto ai canali utilizzati dalle società di selezione, per Costantino il fenomeno più dirompente è costituito dal social network, «che hanno messo in comunicazione la domanda e l'offerta di lavoro, rendendo così più semplice e accessibile la ricerca a chiunque». Essere agevolati nella ricerca di un bacino di possibili candidati tuttavia, non significa comunque essere in grado di semplificare il processo di selezione, sottolinea l'esperta. Le community online incidono anche su un altro versante: «Da LinkedIn a Facebook, si sono moltiplicate le piattaforme in grado di raccontarci in

maniera più o meno esaustiva la storia professionale dei candidati e la ricerca ne ha beneficiato», commenta Luisa Bagnoli, amministratore delegato di Beyond International. Lo stesso head hunter è tenuto a scegliere se e come apparire e in quale forma su queste piattaforme. «Non dimentichiamo, però, che si tratta di una vetrina in cui si trova di tutto, mentre per chi ricerca figure di top management rimane fondamentale l'indagine diretta con target specifico che si deve affiancare a una gestione della banca dati interna».

E i candidati verso quali realtà si orientano? «Cresce l'interesse per le aziende che esprimono, oltre a un bilancio solido, anche una progettualità, da declinare nelle opportunità di crescita in termini di contenuti e formazione», aggiunge Bagnoli. «I candidati cercano certezze e, se 'annusano' incoerenze nell'offerta, in genere decidono di non rischiare e di restare nella propria azienda», sottolinea Francesco Tamagni, managing director di Intermedia Selection. Di pari passo cresce l'attenzione delle aziende verso i valori personali: «Da una parte la raccolta di informazioni da referenti esterni affidata agli head hunter, dall'altra il monitoraggio dei social network consentono di scoprire eventuali immagini o comportamenti non in linea con i codici etici dell'azienda», aggiunge Tamagni. «L'obiettivo è poter selezionare manager non solo preparati e competenti, ma anche eticamente corretti». Quanto alle opportunità di carriera, il manager di Intermedia Selection vede in crescita «l'interesse per le opportunità internazionali: se fino a qualche tempo fa l'orientamento era soprattutto verso l'Europa e gli Stati Uniti, negli ultimi quattro anni la richiesta di valutare un posto di lavoro nel Far East o in Sudamerica è cresciuta del 40%».

© RIPRODUZIONE RISERVATA





Nella foto qui sopra, **Francesco Tamagni**, managing director di **Intermedia Selection**

[IL CASO]

Forte spinta delle imprese verso il "web manager"

L'evoluzione del Web in chiave partecipativa e le nuove normative in ambito corporate cambiano il panorama delle professionalità ricercate dalle società di ricerca. In un confronto con tre anni fa, Intermedia Selection individua nel Web manager la figura con maggiore tasso di crescita (+42% di ricerche), seguito dall'export manager (+26%), dal compliance manager (+22%), dal trade marketing manager (+21%), dal responsabile rischi (+16%) e dall'energy manager (+11%). (I.d.o.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA

