



———— #HRCbarcamp23 ————

HRC TRENDS 2023 BARCAMP

LA NUOVA MARATONA
INCLUSIVA SUI TREND HR

#HRCbarcamp23

HRC TRENDS 2023 BARCAMP

Dal **23** al **26** gennaio

Da oltre 7 anni HRC apre l'anno "accademico" dell'HR con l'HRC Trends - Barcamp, l'Osservatorio sull'evoluzione dei trend HR, attraverso il coinvolgimento delle aziende e la co-creazione di contenuti, per donare una nuova idea coerente con il proprio purpose e i propri valori.

Per il 2023 HRC rende questo percorso ancora più inclusivo e aperto alle divisioni HR e non solo, realizzando una maratona di sharing e visioni, coinvolgendo oltre 40 aziende tra nazionali e multinazionali, in un palinsesto spalmato su 4gg, da lunedì 23 a giovedì 26 gennaio. Un laboratorio di idee e visioni per dare voce allo straordinario lavoro intrapreso dalle organizzazioni che si stanno trasformando per rispondere alle nuove sfide del futuro e che sarà trasmesso in diretta e rilanciato su tutti i principali canali social generando un forte impatto mediatico.

Lo start della prima maratona inclusiva e digitale sui trend HR della Community HRC, avverrà il 23 gennaio dalle ore 10:00 con la realizzazione di un evento phygital grazie all'hospitality di UniCredit a Milano, con il coinvolgimento di speaker e trendsetter appartenenti al mondo manageriale e non solo, che racconteranno la loro visione sul futuro del lavoro.

4^{GIORNATE} + 40<sup>SESSIONI
TEMATICHE</sup>

+ 300<sup>PROFESSIONISTI
HR</sup>

PER PREPARARSI ALLE SFIDE HR 2023

 UniCredit

SAP SuccessFactors 

AON GRIMALDI ALLIANCE indeed ofcoursewæ speexx


DOUBLEYOU
WELFARE MANAGEMENT
ZUCCHETTI

 goFLUENT

 Pedevilla

 vipdistrict

LUNEDÌ
23
GENNAIO



10.00-12.30 – **PHYGITAL SESSION**

SESSIONE PLENARIA

modera **Marco Gallo** Managing Director **HRC Community**

10.00

OPENING SESSION

WELCOME

Ilaria Maria Dalla Riva, Head of Administrative Office and Head of People&Culture Italy **UniCredit**

Remo Taricani Deputy Head of Italy **UniCredit**

10.10

D&I ROUNDTABLE

Giordano Fatali, President **HRC Group** / Founder **CEOforLIFE**

Angela Natale Presidente **Boeing Italia**

Marta Testi CEO **Elite**

Marcello Cattani Presidente e Amministratore Delegato **Sanofi Italy & Malta**

10.40

INSPIRING INSIGHT

Alessandro Ossola, President **Bionic People**

10.50

HR INTERNATIONAL OUTLOOK

Pietro Iurato, EMEA HRD Lead **SAP**

11.00

HR VISION

Alberto Valenza, Chief Human Capital & Organization, Health & Safety Officer **Gruppo Aeroporti di Roma**

Emiliano Maria Cappuccitti, People & Culture Director **Coca-Cola HBC Italia**

Maurizia Cecchet, Country Chief HR & Organization Officer **Generali Italia**

Davide Sala, Chief Human Resources Officer **Pirelli**

Ilaria Maria Dalla Riva, Head of Administrative Office and Head of People&Culture Italy **UniCredit**

Silvia Cassano, Head of HR **Vodafone**

12.00

APERTURA UFFICIALE DELLA MARATONA DIGITALE E INCLUSIVA SUI TRENDS HR 2023

Marco Gallo, Managing Director **HRC Community**

12.10

CONCLUSION

GLI SPEAKER



Ilaria Maria Dalla Riva
UniCredit



Remo Taricani
UniCredit



Giordano Fatali
HRC Group / CEOforLIFE



Angela Natale
Boeing Italia



Marta Testi
Elite



Marcello Cattani
Sanofi Italy & Malta



Alessandro Ossola
Bionic People



Pietro Iurato
SAP



Alberto Valenza
Gruppo Aeroporti di Roma



Emiliano Maria Cappuccitti
Coca-Cola HBC Italia



Maurizia Cecchet
Generali Italia



Davide Sala
Pirelli



Silvia Cassano
Vodafone



Marco Gallo
HRC Community

LE AZIENDE DELLA MARATONA 2023



AON



FERRERO



GRIMALDI | ALLIANCE



PANDORA



LOTTOMatica



ofcourseme



BOSCH

sanofi speeXX



teva



 14.00 – 14.35



Come la Partecipazione diventa Valore

Si illustrerà il modello di Partecipazione in uso nel Gruppo Hera S.p.A. da 6 anni, sistema di coinvolgimenti delle persone di HERA unitamente alle OOSS per la ricerca e lo sviluppo di idee, modelli, iniziative, processi tesi al miglioramento delle performance, dell'efficienza e della qualità del servizio reso sia al cliente interno che al cliente esterno.

 14.35 – 15.10



Embrace the hybrid way of working

Philip Morris Italia ha inaugurato la modalità ibrida di lavoro post pandemia ponendola al centro del dibattito interno come parte di un cambio culturale da un approccio del lavoro in gran parte presenzialista, ad una formula innovativa ed ampia di remote working ispirata da un equilibrio tra esigenze di business e flessibilità individuale, fiducia e responsabilità delle persone. A sei mesi dall'implementazione, i nostri dati ci parlano di un sistema in cui la comunicazione chiara con le persone sulle regole di ingaggio e la maturità dei nostri leaders ci proiettano verso un modello solido ed aperto a nuove sfide.

 15.10 – 15:45



I contratti di rete come strumento di gestione del personale

I contratti di rete rappresentano un efficace strumento per le imprese che intendono cimentarsi in nuove sfide, anche a livello internazionale, superando il limite dovuto alla ridotta dimensione organizzativa. Ma non solo, il fenomeno reticolare risponde anche alle esigenze delle imprese colpite da crisi economiche, favorendo il mantenimento dei livelli occupazionali; non a caso, la crisi economica derivante dalla pandemia da Covid-19 ha dato forte impulso alla diffusione di tali strategie che consentono di "fare massa critica" attraverso forme di aggregazione e cooperazione.

 15.45 – 16.20



Il contratto di espansione come strumento per incentivare il ricambio generazionale

Tema centrale del webinar sarà il contratto di espansione come strumento per incentivare il ricambio generazionale nelle aziende e la riqualificazione del personale.

Il format sarà una tavola rotonda guidata dal Dott. Paolo Chirioti, Responsabile HRO di TIM, che insieme ad altri HR manager di TIM, responsabili dei processi di formazione, sviluppo, costo del lavoro, relazioni industriali, ecc, descriverà come TIM ha applicato questo strumento nel proprio contesto, definendo fattori critici di successo e soluzioni applicate.

 16.20 – 16.55



Introduzione di un Cultural KPI a supporto del DEI nel sistema di performance management

La cultura organizzativa entra in modo dedicato nel sistema di performance management, per orientare mindset e comportamenti, generando iniziative capaci di aggiornare la cultura e farla evolvere. Attraverso i cultural KPI e, in particolare il KPI di DEI, condivideremo come Valagro ha fatto leva sui sistemi di gestione della performance (e di reward!) per sensibilizzare, chiamare all'azione, sostenendo engagement, performance e talento.

MARTEDÌ
24
GENNAIO

PEOPLE CARE, WELFARE,
WELLBEING, EQUITY, D&I
DIGITAL SESSIONS

 09.25 - 10.00



La sfida della genitorialità condivisa

In questo intervento introdurremo l'approccio Pirelli rispetto al tema della genitorialità al lavoro, presentando l'offerta Pirelli a supporto della famiglia e le principali iniziative rivolte specificatamente ai neogenitori e genitori lavorativi.

Approfondiremo il tema della genitorialità condivisa conversando con un autorevole ospite esterno che ci fornirà spunti di riflessione su come sia possibile oggi promuovere l'equilibrio di genere nel mondo del lavoro e nella cura della famiglia, attraverso la condivisione di buone pratiche e l'adozione di nuovi impegni comuni tra i genitori.

 10.00 - 10.35



A2A Life company: la sostenibilità al centro della nostra People Strategy

Siamo una Life Company, ci occupiamo di energia, acqua e ambiente, ci prendiamo cura del Pianeta e della qualità della vita delle persone. Abbiamo obiettivi di business intrinsecamente collegati alla nostra People strategy. Offriamo programmi e strumenti progettati con i manager di linea che mirano a creare sinergie (mentoring, coaching,...), massimizzare energie rispettando le risorse naturali disponibili (programmi manageriali, upskilling, reskilling), valorizzare le differenze (D&I) e il wellbeing (NWOW, flessibilità) e stimolare uno stile di leadership sostenibile (delega, autosviluppo).

 11.10 - 11.45



Welfare Reconnect: non solo servizi ma anche caring e sensibilizzazione

Dopo la pandemia e il cambiamento del contesto in cui viviamo, l'offerta Welfare Reconnect di UniCredit è stata ridisegnata per riportare le persone al centro. Oggi più di ieri è importante aiutare le persone a scegliere uno stile di vita sano e a prendersi cura del proprio benessere fisico, mentale, sociale e finanziario. Aumentare la conoscenza e consapevolezza su aspetti importanti della vita e sulla valorizzazione delle diversità, soprattutto quelle invisibili, può contribuire a rendere l'ambiente di lavoro più inclusivo e positivo.

 11.45 - 12.20



NeetON: esperienza per la vita

NeetON è il progetto di Bosch Italia dedicato ai Neet, nato con l'obiettivo di aiutare i giovani a entrare ed essere competitivi nel mondo del lavoro.

A partire dal 2018 sono state realizzate 9 edizioni che hanno visto oltre 100 ragazzi coinvolti, più di 2.000 ore di formazione erogate e la possibilità per gran parte dei partecipanti di consolidare il percorso con un'esperienza lavorativa.

Il ruolo di un'azienda non può essere solo economico: deve sapersi rendere protagonista della vita sociale e culturale della comunità in cui è attiva. NeetON si propone di essere il mezzo attraverso il quale l'azienda può restituire alla società sotto forma di investimenti per i giovani.

 11.45 - 12.20



La conoscenza come chiave per l'inclusione

Aprirsi all'altro e conoscere mondi diversi dal proprio è il primo passo per avere un approccio inclusivo. Pertanto in Lottomatica abbiamo sviluppato un ampio programma culturale volto a creare una solida base di conoscenza su cosa significhi diversità ed inclusione e sulle dimensioni della diversity, partendo dai meccanismi psicologici e culturali che generano i bias e che possono tradursi in pregiudizi e comportamenti discriminatori.

 12.20 - 12.55



Insieme per il Benessere di una comunità : l'esperienza di Teleperformance Italia e Soletterre

Cosa spinge un'azienda e una Onlus a lavorare Insieme?

Teleperformance Italia e Soletterre fanno il bilancio di 3 anni di collaborazione e presentano i progetti per il 2023.

La Rete come chiave esclusiva per aprire la porta del benessere alla comunità aziendale e alla comunità dei territori; la Rete come faro per disegnare percorsi innovativi nel campo della responsabilità sociale e nel well-being.



14.00 – 14.35



Sport e Salute - Continuous Caring: Foro Italico Camp e Welfare Sportivo - Fai Centro, Fai Sport!

Socialità e gioco per bambini e adolescenti dai 3 ai 16 anni. Welfare e People Caring un Centro Estivo in linea con la Mission di Sport e Salute: promuovere lo sport di base e gli stili di vita sani e attivi.



14.00 – 14.35



Inclusion & Diversity stories: la cultura dell'inclusione e sostenibilità di una high tech green company

Un entusiasmante viaggio attraverso la nascita della Silicon Valley guidati dalla cultura dell'innovazione e dell'inclusione che sono state artefici del percorso. Un racconto sulla valorizzazione delle diversità che hanno plasmato le organizzazioni delle tech company e che ancora oggi si studiano con il nome di "HP Way". Un percorso che prende vita in un "garage", è in continua evoluzione e vive tutt'oggi nella cultura aziendale di Hewlett Packard Enterprise. Una serie di racconti, aneddoti e testimonianze per comprendere come alla base dell'innovazione tecnologica sia necessaria un'azienda inclusiva ed una forte cultura di valorizzazione della diversità.



14.35 – 15.10



D&I Awareness: costruire consapevolezza e inclusione in azienda

In Maserati, il processo di creazione di una "cultura inclusiva" è stato strutturato in tre grandi momenti di azione: Activation, Engagement, Experience. Tre momenti prima consequenziali e poi paralleli, in cui i principi di Diversity&Inclusion vengono veicolati e condivisi con la popolazione aziendale. I dipendenti hanno così modo di comprenderli, toccarli e sperimentarli. Il fine ultimo non è solo creare consapevolezza e purpose, ma coinvolgere attivamente il dipendente nella cultura aziendale.



15:45 – 16.20



Sanofi People Care "On Air"

Il comico e conduttore radiofonico Giovanni Vernia crea le condizioni per un confronto tutt'altro che convenzionale tra Business e Risorse Umane. Sanofi ci invita alla scoperta della sua cultura aziendale che si muove sul fertile terreno della relazione, dell'ascolto, del dialogo e dell'inclusione, della fiducia e dell'attenzione per l'individuo.

L'occasione per guardare insieme alle sfide di oggi e di domani in cui la Persona, la sua ricchezza e le sue esigenze sono sempre al centro. L'occasione per aprirsi all'innovazione in ogni sua forma, dentro e fuori all'azienda, con coraggio e determinazione.



16.20 – 16.55



Inclusione e diversità come elemento fondante del Purpose aziendale

Il nostro Purpose si basa su ciò che creiamo: non solo un prodotto di eccellente qualità ma un'occasione di socializzazione e aggregazione, che unisce le diversità. La nostra filosofia nasce dalla voglia di offrire a tutti un modo di vivere al meglio le occasioni di socializzazione. C'è solo un modo di farlo: accogliere ciascuno nel suo modo di essere e garantire a tutti la possibilità di esprimersi per ciò che si è, ognuno nella propria unicità. Questo è ciò su cui abbiamo basato il nostro Purpose e la nostra idea di Diversità. Da questo punto di partenza abbiamo dato vita alla nostra esperienza di Diversity, Equity e Inclusion con progetti dedicati alle nostre persone.



16.55 – 17.30



Linguaggio inclusivo: cosa significa davvero nella vita in azienda?

Il linguaggio Manageriale è strumento trasformativo in grado di dare vita alla realtà che viviamo e vorremmo vivere.

Per vivere una realtà sempre più inclusiva in Gruppo Montenegro ci siamo dotati di un sistema di People Analytics e programmi di sviluppo manageriali per valorizzare le differenze con un approccio proattivo (una cultura inclusiva è qualcosa in più di una cultura divertente).

MERCOLEDÌ
25
GENNAIO

EMPLOYER BRANDING,
TALENT ACQUISITION
DIGITAL SESSIONS

 10.00 – 10.35



Gap di competenze tra mondo del lavoro e mondo dell'istruzione. A chi spetta colmare questo mismatch?

Le nuove tecnologie di processo e la crescente richiesta di figure altamente qualificate hanno messo in luce gli attuali mismatch tra domanda-offerta di lavoro, da un lato, e tra preparazione scolastica e necessità delle aziende, dall'altro.

Questo contesto ci invita a cercare nuove risposte, che prevedano un maggior impegno e proattività in tema di formazione: sia supportando la formazione scolastica tradizionale, sia favorendo l'ampliamento dell'offerta in termini di formazione continua, specializzazione tecnica e opportunità di inserimento, promuovendo percorsi professionalizzanti alternativi all'università e più in linea con le attuali richieste lavorative.

 11.10 – 11.45



Employer Branding: il vero protagonista del 2023?

Il 2022 è stato l'anno zero dell'Employer Branding, come prepararsi al 2023

Il 2022 è stato l'anno che ha ridefinito la relazione tra le aziende e i candidati, sempre più attenti e informati nella scelta delle nuove opportunità. In questo contesto, un employer brand in grado di comunicare i valori e la mission in modo autentico è diventato un fattore imprescindibile per il successo nella talent attraction.

Partecipa alla sessione moderata da Indeed, il sito per la ricerca di lavoro #1 in Italia e nel mondo per scoprire:

- Le principali metriche dell'employer branding e come declinarle nelle attività di comunicazione aziendale
- L'utilizzo degli strumenti digitali per raggiungere una nuova audience di candidati e aumentare il tasso di conversione

Potrai inoltre assistere alla testimonianza di una primaria azienda che condividerà la propria esperienza nell'ottimizzazione delle attività di Employer Branding.

 11.45 – 12.20



Come può HR nella sua funzione più hard, rappresentare non solo un partner per il business, ma addirittura essere in grado di promuovere il business?

In un mondo sempre più digitalizzato, ciò che resiste agli algoritmi è la relazione. Essere "personali" è uno dei nostri valori: in GRENKE crediamo che l'azienda sia le sue persone, cuore pulsante del business e target primario delle nostre iniziative. Vi racconteremo come i membri dei team Payroll&Administration possano trasformarsi in People Advisor in ottica di engagement&employee care, condividendo buone pratiche su come competenze più "hard" possano essere messe a disposizione per generare valore non solo per il cliente interno ma anche per quello esterno.

 12.20 – 12.55



Il nuovo "senso" nella scelta del lavoro

Cosa spinge oggi un candidato ad accettare una proposta di lavoro? Oggi lo scenario è molto diverso da quello di due anni fa: la pandemia, la guerra, le incertezze a livello globale hanno modificato in modo significativo l'approccio delle persone al mondo del lavoro. Non si cercano più solo professionalità, accrescimento delle competenze, sviluppo, ma ambienti organizzativi che facciano fiorire la propria vocazione, che avvicinino il lavoro al senso della vita. Fileni sceglie di mettere al centro il benessere delle persone, di riconoscere e valorizzare le peculiarità di ognuno, offrendo percorsi di crescita non solo professionali ma anche personali. Attraverso la sua Accademia di Formazione, Fileni risponde alle esigenze di diverse fasce di popolazione, dai responsabili delle linee produttive ai professionisti delle aree di staff. E poi percorsi trasversali che accomunano tutta la filiera nel riconoscimento fattuale dei valori Fileni: trasparenza, rispetto, coraggio. Perché, come dice il titolo di uno dei corsi che si svolge in pedana, al Palascherma di Jesi, in Fileni siamo TuttiXUno e UnoXTutti!

 14.00 – 14.35



Space to Talents: AVIO launch your career

La Direzione HR di Avio ha potenziato l'ufficio recruiting, modificando l'approccio del processo di selezione, passando da un concetto di "strumento tecnico" ad un concetto di "strumento strategico" volto a scoprire profili dalle competenze altamente specifiche e specialistiche. Il piano di Talent Acquisition di Avio Group ha subito un'importante variazione in relazione alle nuove progettualità ed ha visto coinvolti l'ingresso di circa 200 nuovi professionisti. La strategia di assunzione e inserimento del candidato all'interno dell'azienda è stata migliorata attraverso l'implementazione della piattaforma LinkedIn, la pubblicazione di annunci dettagliati con chiaro rimando alle attività previste dal ruolo, il miglioramento dei colloqui tecnici, con i team di progetto e molto altro.

 14.35 – 15.10



Hiring Revolution

 15.10 – 15.45



Il processo di Talent Acquisition vincente di Aon: il racconto di due aziende di successo

Per mettere insieme un processo di Talent Acquisition che generi dati affidabili, difendibili ed oggettivi sui candidati, è importante saper rispondere ad alcune domande: che aspetto ha il successo nella mia organizzazione? Cosa intendiamo per servizio, collaborazione, leadership? Come viviamo i nostri valori? Quali tratti, tra i top performer, contribuiscono al successo e come li identifichiamo? Innovazione, creatività e collaborazione si manifestano in modo diverso in diverse organizzazioni e una valutazione della tua realtà può aiutare a costruire un'esperienza coinvolgente. Ascolteremo l'esperienza diretta di due grandi aziende che hanno realizzato un processo di Employer Branding e Talent Acquisition di grande successo.

 15.45 – 16.20



Hackaton: come proporre un progetto intenso e memorabile, aumentando la consapevolezza del brand e delle iniziative di trasformazione digitale (anche contro gli stereotipi di genere)

Digitalizzazione e innovazione, inclusione e diversità sono i pilastri della cultura del Gruppo. E' stato quindi naturale per noi lanciare ChangeBot, un Creathon (hackaton creativo) rivolto a studentesse universitarie. Il progetto è consistito nel creare una squadra tutta al femminile per combattere gli stereotipi che sono alla base della progettazione di assistenti virtuali donna che incoraggerebbero la diffusione di stereotipi. Abbiamo quindi avuto il piacere di ospitare presso la sede della nostra Digital Factory 25 studentesse e di lanciare una sfida tra team per progettare chatbot inclusivo.

GIOVEDÌ
26
GENNAIO

LEARNING, DEVELOPMENT,
PEOPLE & ORGANIZATION
DIGITAL SESSIONS

09.25 – 10.00

PANDORA

Il learning come leva di sviluppo dell'intera organizzazione

Come offrire ai lavoratori esperienze di learning ed engagement e favorire al tempo stesso la crescita dell'organizzazione? In Pandora lavoriamo da anni allo sviluppo di un sistema olistico che consenta di arricchire il percorso dei lavoratori con diverse opportunità di apprendimento e professionali e al tempo stesso di rafforzare l'azienda in termini di succession pooling, eNPS e LES.

Racconteremo le esperienze in corso e le sfide future.

10.00 – 10.35

findomestic
GRUPPO BNP PARIBAS

La trasformazione Agile della Direzione HR

Trasformazione agile delle strutture HR. Dai ruoli, alle dinamiche, al mindset. Gli asset che stanno guidando questa trasformazione in Findomestic e nelle altre realtà.

10.00 – 10.35

FERRERO

THE PEOPLE CENTRICITY STRATEGY – change by preserving

All'interno del nostro processo di cambiamento, ancora di più in un contesto esterno in continua evoluzione, vogliamo mantenere un forte legame e riferimento ai: NOSTRI VALORI e alle NOSTRE COMPETENZE TRASVERSALI.

Puntiamo quindi a rafforzare la Ferrerità e l'unicità della nostra azienda e dei nostri prodotti, custodendo e valorizzando le nostre radici per le future generazioni di Ferreriani.

Tre anni fa, abbiamo dato vita ad un progetto/percorso definendo una strategia HR&OI coerente, basata su tre attori principali e pienamente allineata alla visione del Gruppo e ai suoi obiettivi chiave con l'obiettivo di supportare efficacemente la crescita e la diversificazione del nostro business rafforzando le nostre competenze distintive, promuovendo un approccio incentrato sulle persone, incoraggiando una cultura di eccellenza manageriale, una mentalità inclusiva e garantendo il massimo coinvolgimento di tutte le nostre persone.

Nel corso del nostro intervento analizzeremo il ruolo dei 3 attori coinvolti in questo percorso: Dipendenti, Manager, HR.

10.35 – 11.10

GENERALI

Digital Minds – programma di innovazione e di trasformazione digitale di Generali Asset and Wealth Management

Digital Minds è un'iniziativa di "change management" che coinvolge tutte le persone della nostra BU. L'obiettivo è quello di accompagnarle in un cambiamento dalla tradizionale modalità di lavoro verso una crescita dei risultati di business attraverso iniziative digitali e di innovazione. Vogliamo definire quale sarà il futuro profilo digitale dell'Asset and Wealth Management per ciascuna funzione chiave, e per questo abbiamo avviato una mappatura delle competenze digitali, che ha identificato l'attuale livello di conoscenza e capacità delle nostre persone. Da ciò sono partiti due stream di progetto paralleli, altamente correlati tra di loro: l'implementazione di una serie di progetti di business strategici e diverse iniziative di formazione e sviluppo, volti a supportare i colleghi nella crescita di abilità digitali e innovative, per essere in grado di guidare i progetti e la trasformazione desiderata.

11.10 – 11.45

speeX

Reimagine Learning and Professional Development

La formazione del futuro non sarà un momento (estemporaneo), ma uno spazio (condiviso) di confronto concreto e sfide collettive. Il contesto d'azienda è per definizione sociale e i leader lungimiranti arricchiscono l'esperienza dei dipendenti adottando iniziative mirate di upskilling e reskilling su scala globale. Qual è il legame tra competenza e capacità? E tra comportamenti e contesto? Quale nuovo ruolo gioca lo sviluppo professionale dei dipendenti nelle organizzazioni future-proof?

Ne discuteremo con Valentina Gramolini – Head of Learning in Generali Italia e René Tonelli – Head of Global Cultural Evolution in Enel"

11.45 – 12.20

THE CAREPORT
Aeroporti di Roma
PERSONE, AMBIENTE E SVILUPPO PER UNA TERRA CHE CAMBIA

HR empowerment for innovation

L'innovation è al centro delle nostre sfide; abbiamo l'ambizione di far crescere le nostre persone sviluppando le loro competenze e generando network di valore. L'Innovation cabin crew è uno dei risultati di tale percorso: questo team guida l'Innovation hub, acceleratore europeo per startup inaugurato all'aeroporto di Fiumicino, il primo a essere inserito all'interno di un contesto aeroportuale. Come sono cresciute le competenze dei colleghi? Quale il loro percorso professionale e la formazione dedicata? Rossana D'Amico, head of People engagement & DE&I ne parla con Giulio Ranucci, head of Innovation.



12.20 – 12.55

**Programmi di Sviluppo e Accelerazione interaziendali customer-centric**

Come mettere la “customer centricity” al centro dei Programmi di Sviluppo del Team People&Culture, disegnando ed implementando un Programma di Sviluppo in collaborazione con una azienda cliente. Condivideremo i risultati del Programma di Sviluppo di Talenti 2022 lanciato in collaborazione con Autogrill e gli obiettivi del nuovo Programma 2023 che avrà una veste internazionale e coinvolgerà più aziende.



14.00 – 14.35

**Trasformare l'azienda innovando e cogliendo opportunità interne ed esterne**

Come l'azienda si trasforma osservando e rispondendo alle sfide e opportunità interne ed esterne? Ad innescare ogni trasformazione, sono la visione e la cultura aziendale ad avere un ruolo centrale nella creazione della predisposizione alla crescita e al cambiamento. Come favorire lo sviluppo e l'acquisizione delle nuove capacità in un contesto in continua evoluzione? Come stimolare l'innovazione adottando un approccio sinergico, ovvero andando oltre i confini aziendali? Come HR accelera il valore della trasformazione creando luoghi di confronto, di ispirazione e di spinte allo sviluppo continuo?



14.35 -15.10

**People Analytics: un approccio sistematico per la gestione integrata dei dati e dei processi HR**

I People Analytics sono un ambito strategico per l'HR; senza dati strutturati, analizzati e raccolti l'HR non potrà gestire in modo integrato temi quali: il recruiting e la mobility interna, l'up-skilling il re-skilling, il training e lo sviluppo interno, l'engagement e la soddisfazione delle persone in un ambiente digitale. Solo con una people analytics strategy l'HR diventa un agente di cambiamento e di guida verso scenari futuri. Durante questa sessione affronteremo in modo concreto come CRIF si è dotata di una people analytics strategy, definendo obiettivi strategici per l'HR e passi operativi per raggiungerli.



15.10 – 15.45

**Costruire una organizzazione skill-based: trappole da evitare e lezioni apprese sul campo**

Molte aziende stanno progettando e avviando programmi di sviluppo e apprendimento delle persone basati sulle competenze, il che ha molto senso data la carenza di talenti della quale tutti soffriamo. Quali sono però le insidie più comuni che ci si trova ad affrontare quando si avviano programmi come questi? In che modo la creazione di una cultura dell'apprendimento continuo supporta le iniziative di upskilling e reskilling? Cercheremo di fare luce sulle intersezioni tra cultura e competenze, insieme ad aziende che stanno affrontando proprio queste sfide!



15.45 – 16.20

**Route to Data Fluency: il percorso di formazione volto a rafforzare e consolidare le competenze del futuro**

Condivisione del programma formativo “Data Fluency” che si inserisce nel progetto di upskilling in ambito data analytics dedicato a tutta la popolazione aziendale, con l'obiettivo di imparare a leggere ed usare i dati in sicurezza per migliorare la qualità e rapidità delle decisioni e rendere più efficienti le analisi ed i processi.



16.20 – 16.55

**Rho Can Do: from listening to business impact**

Per raggiungere gli obiettivi di sviluppo della quality & safety compliance e il soddisfacimento del servizio ai clienti, abbiamo lanciato un programma dedicato al miglioramento dei risultati della people survey, volta a misurare il livello di engagement e di enablement del personale.

Nel marzo 2021 fu formato un Team di high talents per ogni sito, con lo scopo di migliorare le aree risultate critiche, aumentando l'interazione e il coinvolgimento a tutti i livelli tra le funzioni di sito.

Ogni sito ha sviluppato un team denominato Can Do!, grazie a cui sono stati sviluppati diversi progetti legati alle tre principali aree 1) Enablement, 2) Learning & Growth, 3) Communication & Collaboration. Dopo un anno di lavoro, il tasso di attrition è diminuito significativamente e la survey è migliorata dell'8% su tutti i siti.



16.55 – 17.30

**Regenerate and Evolve Culture to grow Designed by employees**

Progetto pluriennale bottom-up, costituito da più wave, tutte basate sull'ascolto e il contributo attivo delle persone. Prima abbiamo analizzato lo status quo, e condiviso con tutti i risultati. Abbiamo toccato con mano, tutti insieme, che mancava una cultura comune capace di stimolare e orientare le persone. Ma non volevamo calarla dall'alto: una cultura forte, distintiva, coerente con il progetto aziendale e che le persone sentano propria vuol dire dotarsi di un asset che orienta le energie, gli approcci, le competenze e i comportamenti nella stessa direzione pur dando spazio all'unicità di ogni persona. Questo imprime una naturale velocità per supportare lo sviluppo dell'organizzazione.



———— #HRCbarcamp23 ————

HRC TRENDS 2023 BARCAMP

LA NUOVA MARATONA
INCLUSIVA SUI TREND HR