

INFORMAZIONE PUBBLICITARIA

“LO SVILUPPO DI UNA PEOPLE STRATEGY INCLUSIVA, MODERNA ED EFFICACE: LA SFIDA DELLE AZIENDE PER ESSERE COMPETITIVE”

L'esperienza dell'HRC Trends 2023 – Barcamp come terreno di incontro tra esperienze e best practice per affermare una nuova forma di leadership della funzione HR

L'evoluzione del mondo del lavoro ha reso necessario un ripensamento all'interno delle organizzazioni, che vede come principali motori del cambiamento i responsabili delle risorse umane, naturale punto di contatto tra l'impresa e le sue persone.

Sui driver di questa trasformazione si sono confrontati più di 2000 Manager durante l'appuntamento annuale dell'HRC Trends 2023 – Barcamp, la maratona dedicata alle tendenze del mondo HR organizzata da HRC Group, che si è aperta il 23 gennaio presso la sede UniCredit ed è proseguita digitalmente fino al 26 gennaio. Un laboratorio inclusivo di idee e visioni promosso da oltre 40 aziende che si stanno trasformando per rispondere alle nuove sfide del futuro tra le quali: A2A Life Company, Aeroporti di Roma, Aon, Avio, BAT, Birra Peroni, Bosch Italia, Coca-Cola HBC Italia, CRIF, Dompè, Ferrero, Fidia Farmaceutici, Fileni, Findomestic, Generali Asset and Wealth Management, Grenke, Grimaldi Alliance, Gruppo Hera, Gruppo Montenegro, Gruppo Pittini, Hewlett Packard Enterprise, Indeed, ING, Italgas, Lottomatica, Maserati, OfCourseMe, Pandora, Philip Morris Italia, Pirelli, Sanofi, Speexx, Sport e Salute, Teletperformance Italia, Teva, TIM, UniCredit, Valagro.

“Il Barcamp assume quest'anno un significato particolare, mai come adesso infatti il mondo HR è chiamato ad un profondo ripensamento e a mettere in campo le migliori strategie per assicurare alle aziende quella flessibilità, capacità di rinnovamento e di far fronte alle emergenze che la fase attuale richiede”, ha dichiarato **Giordano Fatali**, Presidente e Fondatore di HRC Group e Presidente di CEOforLIFE.

Dal dibattito condotto da **Marco Gallo**, Managing Director di HRC Group è emerso come le aziende stiano puntando su una governance del lavoro capace di trovare un equilibrio tra le forze in campo:

digitalizzazione, persone, competenze, relazionalità, work-life balance.

Nella visione di **Davide Sala**, Chief HR Officer di Pirelli, “la sfida più grande che oggi deve affrontare una funzione HR sia la gestione di mutamenti sempre più rapidi e profondi e l'adeguamento del contesto organizzativo che questi comportano, anche tramite l'utilizzo dei dati e delle nuove tecnologie”. Strettamente connesso al tema delle competenze è quello dell'engagement, del reskilling e upskilling delle persone. “Competenze e talent acquisition sono le sfide che Aeroporti di Roma intende affrontare nel 2023”, come sottolineato da **Alberto Valenza**, Human Capital Leader di Aeroporti di Roma. Le testimonianze del Barcamp hanno rimarcato il contributo delle risorse umane nel coniugare organizzazione, benessere dei dipendenti e crescita del business. “La principale sfida che ci aspettiamo nel 2023 è relativa alla gestione del lavoro e richiede alle aziende di rispondere alle nuove esigenze delle proprie persone nell'ottica di un ottimale work-life balance, tra lavoro da casa e ritorno in ufficio”, ha dichiarato **Emiliano Maria Cappuccitti**, People&Culture Director di Coca-Cola HBC Italia. Secondo **Silvia Cassano**, Direttore Risorse Umane e Organizzazione di Vodafone Italia, “in un contesto in continua evoluzione, la sfida è quella di accompagnare e interpretare la trasformazione del modello business puntando sulle competenze digitali e sul corretto equilibrio tra tecnologia e centralità umana”. Un obiettivo per il mondo dell'HR, infatti, è quello di essere dei change makers, non solo gestire i cambiamenti, ma piuttosto anticiparli, lavorare sull'innovazione partendo dalle persone e non dagli strumenti. “L'inarrestabile pressione macro-economica ha generato incertezza a livello mondiale, e quasi tutti i mercati ne hanno visto gli effetti. – ha sottolineato

Pietro Iurato, EMEA HRD Lead di SAP – Se guardiamo al 2023, dovremo affidarci a tecnologie innovative che consentano alle organizzazioni di aumentare il coinvolgimento e il benessere dei dipendenti. Altre priorità non più rimandabili sono lo sviluppo delle competenze e la gestione integrata dei talenti coerentemente con il piano strategico aziendale”. In questo contesto, il welfare rappresenta uno strumento essenziale per lavorare sul well-being all'interno delle aziende “Il welfare è una leva strategica per costruire un'employee experience in grado di rispondere alle esigenze, in continua evoluzione, delle persone. – ha evidenziato **Maurizia Cecchet**, Country Chief HR & Organization Officer di Generali Italia – Noi vogliamo essere un “Partner di Vita” attraverso un sistema di welfare capillare con oltre 70 benefit che vanno dalla sanità integrativa, ai programmi di benessere fino al flexible benefit”.

Grazie al contributo dei protagonisti del Barcamp sono emerse con chiarezza sfide e caratteristiche dell'HR, frutto di una nuova concezione del lavoro e della leadership in grado di contribuire realmente alla ripresa e alla competitività del nostro Paese.



HRC Trends - Barcamp, l'Osservatorio sull'evoluzione dei trend HR