

CARRIERA

È L'ORA DI SPEDIRE IL CURRICULUM

Cambiare posto di lavoro o guadagnare posizioni all'interno della propria azienda è possibile anche in tempi di crisi. Basta avere iniziative, idee chiare, innovative. E rischiare. di Nadia Anzani

■ Togliere la propria carriera dalla natalina in piena recessione è possibile e i numeri lo confermano. È vero che nel corso del 2008 sono usciti dalle aziende circa 10 mila dirigenti, il 25% in più rispetto all'anno precedente, ma è anche vero che dei 120 mila manager oggi in attività in Italia nei settori privati di agricoltura, industria e terziario, secondo i dati di Manageritalia, il 10% circa ha cambiato incarico passando da un'azienda all'altra.

E Maurizio Cuocci, partner di Promelec società di head hunter, conferma: «Da settembre a oggi» dice, «abbiamo collocato circa 60 persone di cui il 60% dirigenti e la restante parte quadri di fascia alta». Certo, il turnover è inferiore del 25% rispetto a quello degli anni scorsi, ma comunque c'è. E se viaggia al rallenty, la colpa non è solo della crisi economica.

«Siamo una nazione conservatrice» interviene Pietro Valdes, executive director di Michael Page, società specializzata nel recruiting di dirigenti e quadri. «E in periodi delicati come questi, i manager preferiscono non rischiare».

Come dire che chi ha la fortuna di avere una scrivania preferisce tenerla stretta, anche se ha la sensazione di sentirsi a bagnomaria. Un atteggiamento prudente, che oggi non si addice ai profili professionali vincenti. «Questo è il momento di essere proattivi, non passivi» afferma Patrizia Fontana, partner di Carter & Benson executive search. Soprattutto

se l'obiettivo è quello di rilanciare la propria carriera. «Ora le aziende si stanno riorganizzando» continua Fontana, «intervendo, dove necessario anche sull'organigramma per affrontare meglio il periodo di crisi». Il che significa da una parte puntare sulle risorse migliori e dall'altra eliminare posizioni che non fanno più parte del core business.

Si creano quindi opportunità diverse, perché mai come in questo momento le imprese sono pronte ad accogliere le persone che meglio corrispondono ai loro nuovi obiettivi di breve e medio termine. «Ecco perché è il momento buono per le persone che hanno iniziative, che non si nascondono» precisa

Sandro Sereni, partner di Mps Italia, «e hanno idee da portare avanti». A beneficiare maggiormente di questa situazione, secondo Francesco Tamagni partner di Intermedia Selection, sono i quadri di livello medio alto e dirigenti di primo livello perché più economici rispetto ai colleghi che stanno un gradino sopra. Ma quali sono i ▶

ILLUSTRAZIONE
DI LUMBERTOGIARDI



NON SOLO LETTERE
L'invio di curriculum è importante, ma meglio farlo a una rosa selezionata di head hunter. E per strappare un appuntamento occorre avere già in testa un'idea su dove si vuole andare e cosa si vuole fare.

Fare network	1 Costanza	2 Grande attenzione	3 Disponibilità	4 Community & Co.	5 Presenza online
Farsi conoscere con il passa parola diventa sempre più strategico per dare una svolta alla carriera. Ecco 5 suggerimenti per imparare a fare rete.	Un buon network va costruito giorno per giorno, coinvolgendo 5 interlocutori principali, che, in ordine di importanza, sono: colleghi, capi, fornitori e cacciatori di teste.	Costruirsi una rete di relazioni richiede lavoro: invio di Sms o di biglietti per aguri per le occasioni speciali, una telefonata ogni tanto per un saluto, giusto per rinfrescare la relazione.	Con i propri contatti è importante essere sempre disponibili, il che significa, per esempio, fare una cortesia se viene richiesta. Questa, infatti, all'occasione giusta, può essere ricambiata.	Cerca nuovi contesti professionali in cui inserirti che possono essere le associazioni di categoria, piuttosto che community professionali. È più semplice avere notizie sul tuo settore.	Su Internet, in questi ultimi anni, sono nati diversi social network, alcuni dei quali molto frequentati anche dalle aziende. Esserci con il proprio curriculum e contatti, è molto utile.

8 INDIRIZZI IN AGENDA

Alcuni indirizzi di head hunter specializzati in executive search e middle management.

CARTER & BENSON

Settori: consumer goods & luxury, retail, industria, farmaceutico, bancario-finanziario.

Telefono: 02-80509788
mail: info@carterbensons.com

INTERMEDIA SELECTION

Settori: manifatturiero in generale, consumer goods, servizi finanziari, moda e lusso.

Telefono: 02-76016401
mail: info@intermediaselection.com

KILPATRICK

Settori: life science, automotive, industria manifatturiera, chimico, farmaceutico e biotecnologie.

Telefono: 02-76394121
mail: resume@kilpatrick.eu

MANAGEMENT CONSULTING & SELECTION

Settori: moda, lusso, farmaceutico, medicale, industria nel suo complesso.

Telefono: 02-48000995
Sito: www.mcs-selection.it

MICHAEL PAGE

Settori: engineering, vendite, finanza, bancario, risorse umane e informatica.

Telefono: 02-8068001
Sito: www.michaelpage.it

MPS ITALIA

Settori: finanziario, grande distribuzione organizzata, industria, farmaceutico, moda.

Telefono: 02-32160016
mail: selezione@mpsitalia.net

PROMELEC

Settori: manifatturiero, beni di consumo, retail, farmaceutico, bancario-assicurativo.

Telefono: 02-43995614
mail: promelec@promelec.it

PROPER - TRANSEARCH ITALIA

Settori: industriale, beni e servizi di consumo/retail, media entertainment, moda/luogo, servizi professionali.

Telefono: 02-4657751 / 02-48005112
mail: milano@transearch.com

► profili più ambiti dalle imprese oggi? «Quello che si sta cercando è la caratteristica personale non tanto la conoscenza tecnica» tiene a precisare Sereni a cui fa eco Cristina Spagna managing director di Kilpatrick executive search, secondo la quale le imprese sono a caccia soprattutto di esperti in cambiamento organizzativo, controllo e gestione, finanza e ridefinizione del debito, credit manager, risk manager e di figure commerciali.

«Si cercano anche esperti in energie rinnovabili» continua Spagna «settore, che con il farmaceutico, non conosce crisi». Rimettersi in gioco è dunque possibile, ma occorre muoversi in modo strategico. «Bisogna avere le idee chiare sui propri punti di forza» suggerisce Tamagni, «sugli obiettivi da raggiungere e su dove si vuole andare». Inviare curriculum a pioggia non basta, bisogna colpire l'interesse del cacciatore di teste per strappare un incontro magari con una lettera dove viene evidenziato il valore aggiunto



ILLUSTRAZIONE DI UMBERTO GRATI



GETTY IMAGES

che il candidato sarebbe in grado di dare a una determinata azienda anche in termini di progettualità.

«Ottenere un incontro conoscitivo è fondamentale» dice Cuocci «perché nel nostro mondo molti consulenti tendono a lavorare di scuderia: hanno il loro network di candidati accreditati e pescano sempre da lì perché meno faticoso rispetto a valutarne di nuovi». È importante,

poi, muoversi anche in altre direzioni: frequentare associazioni di categoria o iscriversi a uno dei tanti social network online, come LinkedIn, Ecademy o Neurone tra gli altri. Non solo.

Questo è il momento giusto anche per chi desidera dare ossigeno alla propria carriera all'interno dell'azienda. «La confusione e l'imprevedibilità dei mercati ha creato all'interno delle società una dere-

gulation» conclude Sereni «che ha diminuito l'importanza della gerarchia interna aprendo la strada a chi, pur avendo le carte in regola per giocare, ha passato gli ultimi tempi in panchina». Basta avere iniziativa e idee vincenti. ■

AZIENDE A CACCIA
Oggi le imprese ricercano soprattutto esperti in cambiamento organizzativo, risk manager, figure commerciali, controllo e gestione, finanza e ridefinizione del debito, credit manager. Ma anche esperti in energia verde.

ONLINE
HA CAMBIATO
POSTO? DILLO
A ECONOMY

Blogonomy
www.blogonomy.it

1 Quando le community funzionano

Oggi è direttore risorse umane per Italia, Austria, Svizzera e Slovenia di Coca-Cola Hbc. Ma, dalla seconda metà di marzo, Roberto Farina, 43 anni, diventerà direttore operativo del gruppo Poltrona Frau. La stessa azienda dove, sempre a marzo, sbarcherà anche il suo attuale amministratore delegato Dario Rinerio. «A farmi decidere non è stata solo la grande fiducia che ho in lui. Molto ha contato il progetto dell'azienda» dice Farina, che nella sua carriera ha sempre usato il network. «Occupandomi di risorse umane sono stato facilitato in questo» racconta. «Ho sempre tenuto forti contatti con i cacciatori di

teste e con i candidati. Ma anche le mie esperienze precedenti in Nestlé Italia e Procter & Gamble hanno contato».

Quest'ultima, in particolare, ha contribuito molto alla creazione del suo network. Molti ex P&G oggi, sono infatti a capo di aziende, senza contare che esiste una sorta di alumnus formalizzata, che si ritrova due volte l'anno. Ancora oggi su 100 posizioni aperte 15 sono visibili, le restanti restano sommerso e avere i contatti sul mercato fa la differenza.



2 Pochi curricula, meglio il contatto diretto

Ha passato quattro mesi a cercare di riposizionarsi sul mercato del lavoro e a dicembre Giorgio Boggero, 40 anni, ha raggiunto l'obiettivo: da gennaio 2009 è direttore commerciale di Leaf-Sperari dove coordina le due direzioni vendite e marketing. «Per un anno e mezzo sono stato managing director dei mercati internazionali Bialelli» racconta il manager «ero stato assunto per sviluppare il brand fuori Italia: ho aperto le filiali in Spagna, Hong Kong e in India. Ho riorganizzato il business in Turchia e in Francia». Poi l'azienda, anche a causa della crisi, ha congelato le operazioni di internazionalizzazione, chiudendo alcune delle filiali

avviate. «C'è stato anche un turnover a livello manageriale, perciò abbiamo trovato un accordo e, a luglio 2008, sono uscito dall'azienda» continua Boggero che, per rimettersi in gioco senza perdere il valore delle sue competenze, ha attivato tutto il suo network di consulenti aziendali, ex colleghi e società di executive search. «In concreto però ho spedito pochi curricula. Ritengo che, a certi livelli, sia importante presentarsi di persona». In questo processo si è servito anche del network online LinkedIn.



3 Anche i colleghi fanno rete

A cavallo tra la fine del 2008 e l'inizio del 2009, dopo solo due mesi di inattività, Andrea Colombo, 42 anni, si è ricollocato in Rewe Italia dove oggi occupa la poltrona di direttore degli acquisti della divisione Billa e Standa.

A velocizzare il passaggio è stato il network di conoscenze basato su professionalità e risultati personali dimostrati nel tempo. «Una rete fatta di cacciatori di teste selezionati», racconta Colombo. «Ho sempre preferito lavorare con tre società di head hunting senza mai allargare l'orizzonte, perché trovo che alla fine sia più efficace stabilire un rapporto di conoscenza profondo con pochi: si è più seguiti». A questi si aggiungono poi le conoscenze personali sia tra ex colleghi interni ed esterni all'azienda, sia tra partner commerciali e fornitori. «Nel mondo del largo consumo, come anche in quello della distribuzione e nel retail in generale» precisa Colombo, «avere corrette relazioni con i fornitori è strategico, perché sono mondi abbastanza chiusi e se si lavora bene alla fine si raccoglie sempre». E in base alla sua esperienza Colombo è convinto che oggi più che mai conti molto anche avere le idee chiare su dove si vuole andare e gli obiettivi che si vogliono raggiungere. «Del resto» chiosa il manager «leadership e chiarezza sono da sempre i due punti di forza di un manager».