



I VENERDÌ DEI MANAGER

XLabor, la divisione di Manageritalia dedicata al mercato del lavoro, lancia il suo format per gli appuntamenti dal vivo: Friday's Manager

Un venerdì al mese per parlare del mercato del lavoro e dei suoi temi caldi: questo il cuore di Friday's Manager, il nuovo format di XLabor durante il quale i manager associati possono confrontarsi e fare networking.

Il temporary management secondo Cesare Moretto

Ogni appuntamento di Friday's Manager è introdotto da esperti del lavoro manageriale.

L'8 ottobre, durante il primo meeting, **Cesare Moretto**, hr business and talent consultant, ha disegnato i tratti del temporary manager, figura sempre più richiesta dal mercato:

- è generalmente un professionista dai 50 anni in su che, dopo una consolidata esperienza in azienda come manager, mette a disposizione delle aziende le esperienze acquisite in specifiche aree di competenza (direzione generale, hr, sales, finance);
- è ricercato dalle pmi che necessitano di un supporto strategico manageriale e da quelle multinazionali che si trovano in momenti strategici o devono sviluppare progetti specifici;
- ha un rapporto professionale che richiede immediatezza e flessibilità che, oltre alla libera professione, può contemplare anche il contratto dirigenti a termine.



Nel terzo appuntamento di Friday's Manager (17 dicembre) Claudio Saporito, sales director di Intoo, ha affrontato il tema dello sviluppo di carriera e transizione professionale tramite l'outplacement.

Per saperne di più e per conoscere i prossimi appuntamenti scrivi a xlabor@manageritalia.it o vai su xlabor.it

FARE IL MANAGER NELL'ICT

Durante il secondo evento del 12 novembre, Friday's Manager ha invece ospitato **Delia Pesenti**, hr director di HP Italy, che al termine del suo speech ci ha raccontato in un'intervista come sta cambiando il mondo Ict.

Come cambiano i modelli di business e di organizzazione nell'Ict?

«Il settore è in crescita e, a differenza di altri, lo è stato anche nel corso della pandemia, durante la quale si sono rafforzati nuovi filoni di business: sono aumentate esponenzialmente le vendite delle stampanti a uso domestico, si sta progressivamente sviluppando il merca-



to di quelle 3D e si è accentuato il focus sulle periferiche e sugli aspetti di sicurezza informatica. Un ulteriore settore in continua espansione, anche in Italia, è quello del gaming: un fatturato di 2,2 miliardi di euro nel 2020, +21,9% in un anno! Stanno anche cambiando le logiche di vendita: da quella transazionale a quella contrattuale, che mira a una strategia di più lungo termine con i nostri clienti».

Quali i must verso i clienti e, di conseguenza, le ricadute a livello organizzativo?

«Il sustainable impact è certamente diventato uno degli imperativi anche in questo business: gli investitori guardano attentamente alle aziende che danno importanza alla sostenibilità ambientale, ai diritti umani e alla digital equity. Inoltre, l'88% dei Millennials, tra cui immaginiamo esserci anche i manager del futuro, sceglie di lavorare in aziende che contribuiscono a cause sociali o etiche. L'attesa dei clienti è poi su risposte end to end da

parte delle aziende del settore, improntate sempre più alla continuità tra ambienti di lavoro diversi, in una prospettiva ormai di hybrid work e di "nuova normalità"».

Quali i must in termini di skill e altro per i manager del settore?

«Tra le skill manageriali più richieste ci sono la winning attitude, il growth mindset, la leadership, la

learning agility, la resilience, il problem solving e il team-oriented mindset. Le competenze legate alla leadership e al team-oriented mindset riguardano non solo gli hr manager, coinvolti sempre più spesso nella gestione del remote working, ma anche tutti gli individual contributor: l'apporto di tutti e la capacità di ingaggiare gli altri sono fattori decisivi per il raggiungimento degli obiettivi, non solo individuali ma di tutta l'organizzazione».

Come muoversi e fare un giusto personal branding?

«Oltre naturalmente a mettere in evidenza technical e soft skill, diventa sempre più importante coltivare il proprio network. Gli stessi recruiter tengono molto in considerazione il network dei propri candidati, che diventa uno dei criteri di valutazione in particolare per certi ruoli, come quelli di vendita: è indubbio che, a parità di cv, un buon network possa rappresentare un plus rilevante».