

► *Un principio seguito nelle piccole e medie imprese, come il Gruppo Luccioni o Brunello Cucinelli*

Reputation è l'attenzione alle risorse umane

Roma

“La reputation, l'immagine che un'azienda sviluppa attraverso l'attenzione al benessere dei propri dipendenti e collaboratori, sta diventando sempre di più una chiave di volta per fidelizzare e finalizzare le proprie risorse. E bene fa Randstad Award a evidenziarlo attraverso la premiazione delle aziende più attrattive verso i potenziali dipendenti: e del resto, in un sistema come il nostro fatto per lo più di pmi, la vera fortuna di un'impresa è il capitale umano”.

A dirlo a Labitalia è Giorgio Ambrogioni, presidente della Cida, confederazione sindacale che rappresenta unitariamente a livello istituzionale dirigenti, quadri e alte professionalità del pubblico e del privato. Tra loro, naturalmente

molti direttori del personale che, tra le altre cose, valutano con attenzione le risorse umane da inserire in azienda.

“Dal nostro osservatorio privilegiato - prosegue Ambrogioni - constatiamo che i giovani, più che ai soldi, nel momento in cui si prospetta la reale possibilità di un lavoro, guardano ai possibili percorsi formativi, alle possibilità di sviluppo della carriera, ai modelli partecipativi, alla trasparenza e all'eticità dell'azienda. E su queste basi scelgono il posto dove andare a lavorare”.

All'estero, “iniziative come il Randstad Award sono una prassi normale per le grandi corporate, per le quali è importante attrarre talenti”, ricorda il presidente della confederazione dei manager e dei dirigenti italiani, commentando il



L'Apoteca chemo del Gruppo Luccioni

premio che il secondo operatore al mondo nel mercato dei servizi per le risorse umane assegnerà il 5 aprile, a Milano, alle aziende in cui gli italiani preferirebbero lavorare, secondo la più grande ricerca mondiale di employer branding.

Da noi “c'è anche la pratica delle piccole e medie imprese, molte delle quali scelgono di puntare tutto sull'attenzione alle risorse umane, come il Gruppo Luccioni o Brunello Cucinelli”, osserva Ambrogioni. Insomma, “sviluppo sostenibile, attenzione al benessere, merito, trasparenza sono valori che possono fare una vera differenza tra un'azienda e un'altra e e spingere un giovane a entrare in un'azienda piuttosto che in un'altra. E a farne la sua fortuna”, conclude Ambrogioni.

© RIPRODUZIONE RISERVATA