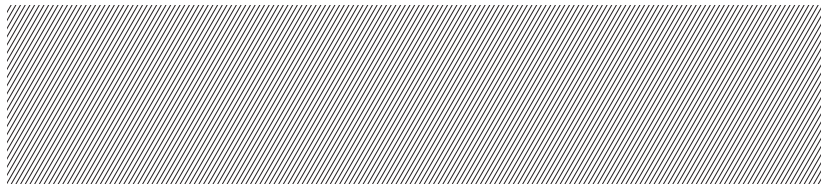




RISORSE  
UMANE



AUTORE

**Pietro Valdes**  
Regional  
Managing Director  
Badenoch + Clark.

# L'azienda dei sogni: un modello human-centered



**S**ette persone su dieci, tra quadri e dirigenti, ritengono di non lavorare ancora nell'azienda dei loro sogni. Per loro l'azienda dei sogni non è un modello astratto ma una necessità concreta. Una necessità di lavoro, di organizzazione, di benessere e di crescita, di condivisione e, ovviamente, di business.

Ma oltre alla necessità, c'è l'ambizione. Un'ambizione di carriera che vorrebbe allinearsi con un clima complessivo di *well-being* aziendale. Proprio questo scarso allineamento tra ambizione, *well-being* e *business climate* porta molti dirigenti a chiedersi se davvero esista l'azienda dei sogni. Oppure se ogni modello sia destinato a scontrarsi con una realtà che si dimostra poco adeguata alle aspettative.

## Punti critici

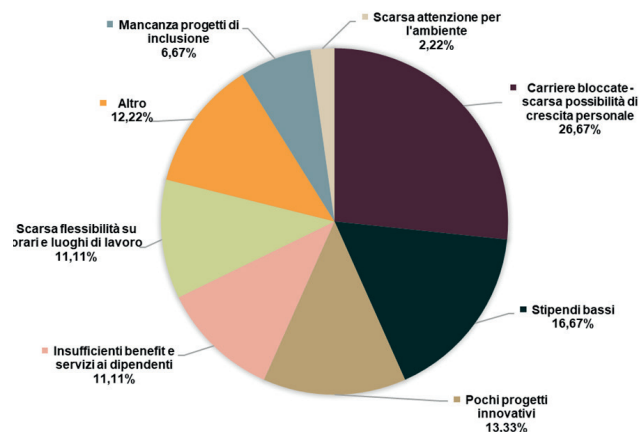
In una ricerca condotta da Badenoch + Clark emerge chiaramente come, tra i punti più critici delle loro realtà aziendali, i manager mettano al primo posto un elemento qualitativo: le carriere bloccate e la scarsa possibilità di crescita personale (26,67%). A seguire, tra i nodi irrisolti vengono gli stipendi bassi (16,67%), i pochi progetti innovativi (13,33%), benefit e servizi ai dipendenti ritenuti insufficienti (11,1%) e la scarsa o nulla flessibilità su orari e luoghi di lavoro (11,1%).

## Job satisfaction & organisational performance

Dirigenti e quadri dovrebbero dunque rassegnarsi ad essere *disengaged manager* e, di conseguenza, *disengaged leader*? Risposta: ovviamente no!

Sappiamo che c'è una stretta correlazione tra alti tassi di soddisfazione e alti livelli delle prestazioni. Quella dei dirigenti è una *comunità* orientata a uno scopo e naturalmente tesa all'accrescimento di conoscenze e competenze condivise. Questo orientamento crea un link diretto tra *job*

FIGURA 1.  
Qual è il punto debole della tua azienda?



*satisfaction* e *organisational performance*. Per tale ragione non sono solo le logiche di business quantitative, ma gli incrementi qualitativi a definire il profilo di un'azienda dei sogni. Al punto che dirigenti e quadri considerano la richiesta di un design aziendale *human-centered* come uno dei punti di fondamentale importanza per lo sviluppo dell'azienda dei sogni.

## Le caratteristiche dell'azienda dei sogni

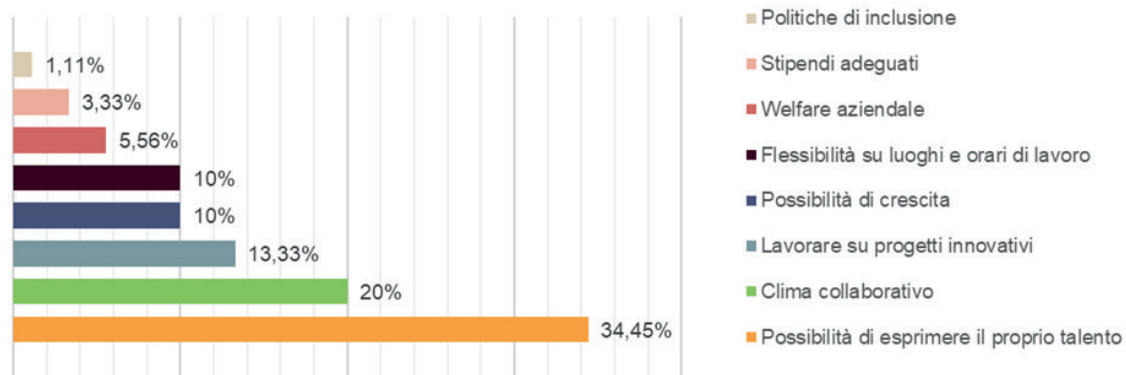
Quando parliamo di azienda dei sogni di che cosa parliamo? Quali sono le sue caratteristiche o, meglio, le sue qualità? Anche qui, al primo posto, il 34,45% dei soggetti interpellati da Badenoch + Clark ritiene che in cima a tutte le qualità dell'azienda dei sogni ci sia la possibilità per quadri e dirigenti di esprimere il proprio talento e le proprie qualità.

Il clima collaborativo pesa per il 20%, il lavoro su progetti innovativi per il 13,33%, mentre la flessibilità su luoghi e orari di lavoro è valutata come qualità necessaria dal 10% per arrivare a un *workplace of our dreams*. A completarne le caratteristiche sono il *welfare aziendale* (5,56%), gli stipendi adeguati al proprio compito (3,33%) e le politiche di inclusione delle persone con svantaggi e disabilità (1,11%).



RISORSE  
UMANE

FIGURA 2. Qual è la caratteristica fondamentale dell'azienda dei sogni?



### Welfare aziendale: una pratica di fidelizzazione

Il welfare aziendale è un tema che sta coinvolgendo sempre più le aziende. Il 60% dei quadri e dei dirigenti ritiene che le misure di *corporate welfare* contribuiscano a creare un clima di benessere complessivo. Ma a trasformare il nostro luogo di lavoro in un'azienda dei sogni è soprattutto il welfare che incrementa la fidelizzazione. Oltre a portare vantaggi all'azienda in termini di percezione da parte di stakeholder e competitor (12,22%) e ad attrarre talenti (18,89%). Tra le azioni di welfare più utili per costruire un *positive business climate*, manager e quadri indicano i benefit per la famiglia (43,33%), i benefit per esami e check-up medici (26,67%) e i benefit ricreativi (22,22%).

FIGURA 3. Quali sono le azioni di welfare più utili in azienda?

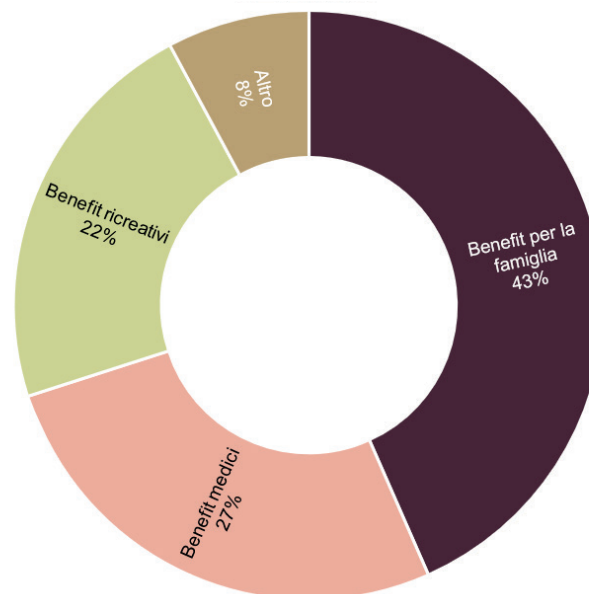
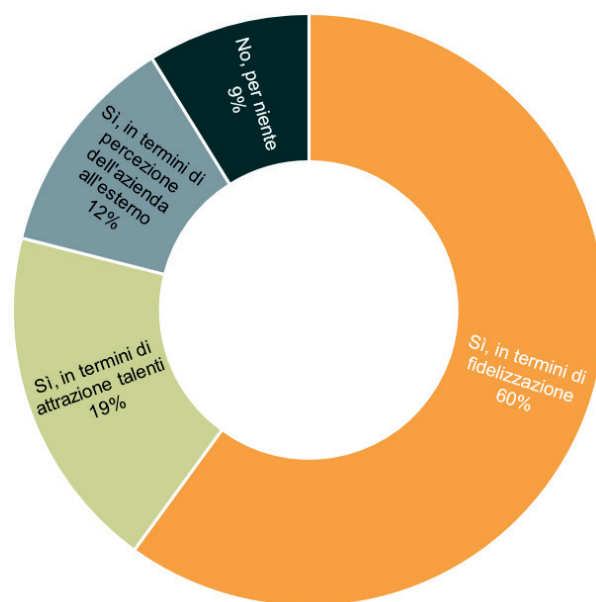


FIGURA 4. **Le misure di welfare portano vantaggi all'azienda?**



### **Dai sogni all'azione: l'impegno dei dirigenti**

Dobbiamo imparare a dipingere anche il lato dell'armadio contro la parete, insegnava Steve Jobs. L'azienda ideale è, dunque, un combinato di sogni e pratiche concrete, di strutture organizzative e di uomini che rendono quelle strutture vitali e attive, poiché la ricerca e la costruzione dell'azienda dei sogni passa anche da noi, ossia, per restare all'immagine di Jobs, anche dal lato verso il muro del nostro armadio.

Ne è consapevole ogni manager che aspiri a dare un contributo concreto per creare un clima di positività in azienda. Interrogati sul contributo concreto fornito per promuovere questo clima, il 43,9% dei quadri e dei dirigenti lavora per favorire la valorizzazione delle competenze e

dell'impegno dei collaboratori, mentre il 28% condivide best practice per stimolare la crescita, lo spirito di cooperazione e l'engagement, e il 19,51% costruisce momenti e spazi di condivisione e ascolto, spesso nella forma di workshop o attività di coaching. L'azienda dei sogni parte da noi. Dalla nostra volontà di cambiamento. ☺



**PIETRO VALDES**, Regional Managing Director Badenoch + Clark.