

È L'ORA DI (RI)PORTARE LE PERSONE AL CENTRO. PER DAVVERO

Processori sempre più potenti. Oggetti iperconnessi. Realtà virtuale. Intelligenze artificiali e big data. La tecnologia non è mai stata tanto pervasiva quanto lo è in questo momento storico. E il trend è di crescita esponenziale. Eppure, oggi più che mai, è fondamentale per la società e per le aziende fissare con efficacia e determinazione la centralità dell'essere umano e del suo talento, soggetti imprescindibili per disegnare un futuro sostenibile e di benessere. Ne abbiamo parlato con Monica Magri, HR & Organization Director di The Adecco Group Italia.

Diverse volte, nel corso della storia, abbiamo avuto l'impressione che le macchine stessero in qualche modo "schiacciando" gli esseri umani, privandoli di spazio e opportunità. Come si sono superate queste "crisi"?

Sì, effettivamente dalla prima rivoluzione industriale l'avanzare della "macchina" prima e della "tecnica" poi è stato al centro di riflessioni anche di molti filosofi per dare un rinnovato senso al ruolo dell'essere umano in questo mutato contesto. Nel dopoguerra Heidegger e Anders hanno esplorato il concetto di "filosofia della tecnica", ponendo l'attenzione su quanto potesse essere pericoloso il predominio di quest'ultima e di come l'uomo dovesse guidarla per garantire il vero progresso e un miglioramento qualitativo ed etico della società. Infatti, mentre la tecnica è di fatto fine a se stessa, è l'essere umano che ha la capacità di orientarla e pertanto queste "crisi" si superano proprio attraverso il ribadire fortemente la centralità e unicità della dimensione umana.

Perché è così importante oggi riportare, e mantenere, l'essere umano al centro? Come si stanno – o si dovrebbero – preparando la società e le aziende a progettare un futuro di vera sinergia tra genere umano e macchine?

Nell'odierno contesto socio-economico la velocità, complessità e appunto pervasività dell'avanzamento tecnologico e digitale sono diventate esponenziali e stanno trasformando strutture e processi – nonché comportamenti – richiamando fortemente l'attenzione sulla necessità di un parallelo sviluppo di nuovi approcci di politica sociale ma anche di orientamento e formazione. Nel mondo aziendale questo impone un rinnovamento della gestione del capitale umano partendo proprio dal valorizzare quelle competenze così tipicamente "umanistiche". È fondamentale quindi sviluppare l'elaborazione di abilità cognitive come il pensiero sistemico e critico, capacità di astrazione e di sintesi; ma anche competenze comportamentali legate soprattutto alla proattività e capacità di autosvilup-



po e quella "agilità culturale" che significa saper muovere con efficacia in contesti fluidi e complessi.

Qual è il ruolo della cultura e della formazione in questo scenario?

Il tema della cultura ritorna a essere centrale e soprattutto acquisisce un significato sempre più ampio: la contaminazione tra sapere sociale, tecnologico e umanistico determina la necessità di individuare nuovi percorsi di orientamento e nuove metodologie di formazione. Ruolo dell'azienda è quello di supportare l'individuazione e la progettazione di questi percorsi per fornire gli strumenti necessari per orientarsi in questa nuova complessità. Sempre più cruciali diventeranno capacità e competenze interdisciplinari, così come una visione prospettica e programmatica. Se raggiungiamo il concetto di diversità nella sua concezione più ampia, che significa in primis approcci e culture diverse, questo fa capire quanto sia fondamentale creare una people strategy che armonizzi le diverse istanze in una cultura e identità basate su presupposti completamente diversi rispetto al passato.

IL TALENTO CI SALVERÀ

L'Italia è il 38° Paese nel mondo per capacità di attrarre e coltivare talenti: a dirlo è la ricerca GTCI (Global Talent Competitiveness Index) realizzata da The Adecco Group, Insead e Tata Communications. Risultati che confermano come la strada per permettere all'Italia di tornare a essere un Paese all'avanguardia sia ancora molto lunga. È fondamentale che gli attori istituzionali ed economici del nostro Paese lavorino sinergicamente verso innovazione e occupabilità.

IL DIGITALE AL SERVIZIO DEL TALENTO

Lo scorso marzo abbiamo lanciato PHYD, piattaforma digitale realizzata da The Adecco Group in grado di mettere in relazione le competenze delle persone generando un indice di occupabilità individuale, vale a dire un valore che indica quanto le competenze hard e soft sono apprezzate e spendibili. A partire dalla mappatura effettuata e dall'indice di occupabilità, PHYD indirizza quindi l'utente verso un programma di corsi volti a consolidare e aggiornare le competenze già acquisite e colmare il gap tra il proprio livello di esperienza e preparazione e quello richiesto dal mercato del lavoro.