



L'ECONOMIA NECESSITA DI VALORE UMANO

Competenza e tecnica servono. Ma è l'uomo, con il proprio pensiero razionale, creativo ed emotivo che garantisce l'innovazione e lo sviluppo della nostra società. Marzia Pieri, esperta nella ricerca e selezione del personale, nella gestione e sviluppo delle risorse umane, da oltre vent'anni si impegna per sviluppare in Italia una cultura d'impresa incentrata sulla persona ed i suoi valori

ANDREA MOSCARIELLO

Il valore reale delle persone, nel mercato del lavoro, non è dato esclusivamente dalle conoscenze specialistiche, ma da un insieme di competenze intese come somma di conoscenze e capacità acquisite e attitudini individuali. «Creare valore significa agire sulle competenze affinché diventino punto di forza per la persona e di conseguenza per l'azienda. Ciò significa supportare la persona in un percorso di autoconsapevolezza finalizzato a evidenziare le competenze agite e a far emergere il potenziale inespresso» sostiene Marzia Pieri, da venti anni impegnata nella ricerca e selezione delle risorse umane, nello sviluppo organizzativo e nella formazione per numerose aziende dislocate sul territorio nazionale e operanti in diversi settori merceologici (moda, farmaceutico, arredamento, meccanico, servizi...). Un servizio, quello offerto dalla Marzia Pieri & Associati, che oggi può sembrare comunemente diffuso, ma di cui solo fino a vent'anni fa era difficile comprenderne il contributo tangibile per le aziende.

Dottoressa Pieri, oggi la situazione è cambiata?

«Assolutamente sì. Anche perché nell'epoca contemporanea i protagonisti del mercato hanno possibilità di successo solo se possiedono la capacità di innovarsi e di creare valore per i clienti, per i collaboratori e per tutti gli stakeholders».

Quali sono le aree di intervento della sua società?

«Abbiamo da sempre lavorato nella ricerca e selezione di top e middle management. Offriamo inoltre un servizio di formazione manageriale, consulenza nell'area organizzativa e, chiaramente, per tutto ciò che riguarda lo sviluppo delle risorse umane interne, utilizzando tecniche dinamiche e partecipative, quali coaching e assessment. Queste aree sono sempre state parallele».

Rispetto al passato come sono cambiate le esigenze della rete

imprenditoriale circa la selezione delle risorse umane?

«Le aziende cercano figure professionali di elevato spessore, e con questo non intendo solo le competenze disciplinari o scientifiche, ma anche lo spessore umano. Per questo il valore e la crescita delle persone è ed è sempre stata, al centro della nostra missione».

Secondo lei l'Italia deve far fronte a un deficit appartenente alla cultura di impresa?

«Riflette il mio pensiero. Teniamo conto che vent'anni fa, quando ho aperto la società in Toscana, un numero esiguo di società offrivano questi servizi. Oggi esiste una maggiore offerta, lo scenario è cambiato ed è in continua e costante evoluzione, ma secondo me bisogna lavorare ancora molto per la crescita delle risorse umane e per lo sviluppo delle competenze trasversali».

Da dove nasce questo gap?

«È un problema di cultura più ampio. Cultura intesa come storia, valori e comportamenti. La carenza si riscontra sin dalla fase educativo-scolastica, mancando un atteggiamento formativo che agevoli l'introspezione. Adottare un approccio che si limiti a insegnare soltanto metodi e tecniche, può portare come risultato a persone adulte che non hanno la piena consapevolezza di chi siano, di cosa vogliano e soprattutto di cosa possano fare. Per l'economia questo è un passaggio fondamentale. Per dirigere un'impresa, o un settore di essa, servono persone con un alto livello di autoconsapevolezza e con una visione chiara e dinamica, congruente con quella dell'azienda in cui lavorano».

Da dove bisogna partire per cambiare la situazione?

«Non è tramite le parole, ma con i fatti e i risultati, che l'impresa riconosce l'efficacia di un intervento organizzativo e di un processo di formazione. Soltanto attraverso l'azione, un "fare sa-

pientemente guidato", un allenamento supportato da un coach, l'imprenditore può comprendere e toccare con mano i risultati di un cambiamento che un buon servizio di consulenza deve saper stimolare ed attivare».

Qual è lo strumento principale che lei e i suoi collaboratori utilizzate?

«Indubbiamente le conoscenze tecnico-specifiche in ambito organizzativo-gestionale. Bisogna conoscere tutti gli aspetti dell'impresa. Si tratta di un percorso complesso e sistematico. E non è scontato che a fornire le informazioni, in primis, sia l'imprenditore. Spesso dipende dalla capacità del consulente di saper leggere tra le righe e saper porre le domande giuste. Un altro strumento fondamentale è dato dal Know How che abbiamo costruito in questo ventennio. Quando ricerchiamo e selezioniamo persone di alto profilo non ci possiamo limitare ai database o agli annunci, peraltro ancora efficaci in molti casi, ma dobbiamo avvalerci del network di rapporti creato nel corso della storia della nostra società».

Cosa desidera per il futuro della sua attività professionale?

«Proseguire su questa strada con lo stesso impegno e la stessa passione accettando sistematicamente la sfida di rinnovarci. Con i nostri clienti e con i miei collaboratori lavoriamo sempre all'insegna dell'innovazione, della creatività e dell'apertura al cambiamento, nel rispetto delle persone e dei loro valori, cercando di tirar fuori, seguendo i principi della maieutica socratica, il valore che è già dentro di loro. Il nostro compito è quello di aiutare colui che ascolta a partorire la Verità che già possiede dentro di sé».

*Marzia Pieri & Associati S.r.l.
Via Salceto, 55
53036 Poggibonsi (SI)
Tel. 0577 98.33.95*