

Il futuro del People Management: iscrizioni ancora aperte agli Employer Branding Awards 2024



TORINO – La recente inversione di tendenza nel mondo del lavoro in Italia, dalla “Great resignation” al “Big stay”, è ormai un dato di fatto. Lo afferma l’ultimo rapporto Censis – Eudaimon secondo cui il calo delle dimissioni nell’ultimo biennio ha raggiunto una tendenza costante: -5,8% nell’ultimo trimestre 2022, -3,4%, -2,9% e -1,8% nei primi tre trimestri del 2023. I segnali positivi portano alla luce due inevitabili temi complementari ovvero il ritorno del desiderio di stabilità tra i lavoratori e l’importanza per tutte le aziende di investire nel “wellbeing” dei propri dipendenti. Un tema, quest’ultimo, che non è più possibile rimandare pena la perdita di talenti e immagine oltre a concreti danni economici per le realtà imprenditoriali coinvolte. Sempre il rapporto Censis, infatti, indica che la stragrande maggioranza dei lavoratori dichiara esplicitamente di voler ridurre il tempo lavoro nel prossimo futuro evidenziando come il work-life balance sia ancora centrale nelle loro intenzioni. L’Italia,

secondo lo European Life-Work Balance Index, è tra i paesi europei con il peggior equilibrio tra vita e lavoro.

Diffondere la cultura del people management e fare network tra le aziende impegnate in questa sfida sono due tra i più importanti propositi che Double Bridge – la community di aziende e imprenditori che crede che al centro del modello di business aziendale ci debbano essere le persone – vuole realizzare attraverso la sua attività. La cultura della condivisione è infatti un asset centrale per Double Bridge, tanto da ritrovarne anche quest'anno un'adeguata risonanza nella seconda edizione degli Employer Branding Awards 2024 (EBA) il prestigioso concorso che premia le PMI italiane che si distinguono per best practice di eccellenza nel People Management.

L'edizione 2024 ha già ricevuto oltre 150 candidature e altre cento manifestazioni di interesse a riconferma dell'importanza dei suoi obiettivi e della qualità dei suoi processi selettivi. Gli EBA celebrano, infatti, non solo l'impegno delle aziende nel creare un ambiente lavorativo inclusivo e gratificante, ma anche il loro contributo positivo verso la società nel suo complesso. Per premiare questo nuovo "sentiment" e offrire la possibilità a più aziende possibili di candidarsi diventando un esempio virtuoso del cambiamento in atto, le iscrizioni agli Employer Branding Awards 2024 sono state prorogate al 15 settembre 2024.

Stefano Davanzo, Founder e Presidente di Double Bridge, commenta così la visione che ha portato alla creazione degli EBA: "Da un'analisi condotta alcuni anni fa è emerso come in Italia non vi fossero premi o iniziative rivolte alle PMI e alla loro capacità di adottare politiche di people management accorte, innovative e in grado di interpretare pienamente i cambiamenti socio-culturali in atto nel nostro Paese. Da qui, l'idea di creare una dinamica virtuosa di condivisione delle competenze in materia attraverso il racconto e la valorizzazione dei progetti realizzati."

Il team di Double Bridge esaminerà le candidature in una prima

fase di screening, valutandole in base a criteri di innovazione, efficacia e impatto. Successivamente, con il supporto degli Ambassador, i quindici semifinalisti per categoria affronteranno una selezione intermedia che avrà l'obiettivo di identificare cinque finalisti per ciascuna categoria. A seguire, sul sito EBA si aprirà la campagna di raccolta voti grazie alla quale chiunque potrà esprimere la propria preferenza sui cinque finalisti per categoria.

La giuria di Ambassador include imprenditrici e imprenditori protagonisti di best practice di valore e di uno straordinario impegno quotidiano nell'implementazione di iniziative di People Management, tra cui il work-life balance, tanto cruciale per trattenere tutti quei talenti professionali che permettono – se messi nelle migliori condizioni – alle aziende di ottenere migliori performance sotto ogni profilo.

Gli Ambassador sono i testimoni di aziende che hanno saputo iniziare un percorso di people management con anticipo cogliendone i risultati ancora prima della tendenza in atto. Libellula è una software house rivolta all'industria della lavorazione della lamiera che aiuta i propri clienti a vivere meglio il lavoro di tutti i giorni attraverso un software proprietario per la digitalizzazione dei processi aziendali. Tra le iniziative adottate per favorire un miglior bilanciamento in termini di work-life balance, l'azienda ha introdotto a favore dei propri collaboratori il "Voucher 30 giorni".

"Grazie a questo particolare strumento, ogni cinque anni di seniority acquisita, tutti i nostri collaboratori potranno beneficiare di un mese sabbatico dal lavoro per dedicarsi a sé stessi o in alternativa organizzare 'settimane corte' per realizzare i propri sogni. Crediamo fortemente in un nuovo modo di affrontare la vita lavorativa e vogliamo dimostrare a tutti che si può fare, naturalmente con una giusta dose di coraggio e con un mindset aperto e sempre più dinamico. Cinque anni sono un obiettivo ragionevole anche per chi inizia la sua avventura con noi e rappresentano un giusto tempo per l'azienda per realizzare un percorso di wellbeing aziendale a

360 gradi capace di dare qualche risultato.” Alberto Milanesio, General Manager di Libellula.

Il periodo della pandemia ha obbligato molte aziende a rivolgere la propria attenzione al tema dello smartworking e alla sua gestione a fine emergenza. Alcune aziende però hanno affrontato il lavoro da remoto molto prima del Covid nel più ampio ambito del work-life balance con importanti impatti positivi sui collaboratori presenti e futuri.

Bewe nasce nel 2011 con il proposito di consentire alle aziende di utilizzare il marketing digitale in maniera innovativa nei processi di analisi strategica, sviluppo e comunicazione online, in particolare sui social media. L'azienda crede nella centralità della persona, nel rispetto delle diverse professionalità e si impegna a dare valore ad ogni collaboratore. Un esempio del suo impegno arriva da una pratica che molte aziende non hanno scelto ma subito.

“Lo smart working, se ben strutturato e organizzato senza lo stress dell'emergenza porta con sé un vantaggio tanto semplice quanto importante perché, come ovvio, i nostri collaboratori possono lavorare anche a distanza geografica e con una flessibilità che consente loro di gestire meglio eventuali esigenze personali e familiari. Questi ultimi aspetti, come sappiamo, penalizzano spesso le donne, le quali vedono nel telelavoro una via di uscita da tali problematiche quotidiane. Per l'azienda, invece, il vantaggio è quello di poter conservare e attrarre i migliori collaboratori andando incontro alle loro necessità in una logica 'win-win'. Faccio un esempio concreto: una persona del nostro team lavora con noi da tanti anni ma oggi vive a Napoli dove ha voluto tornare e dove risiede la sua famiglia: è nell'interesse di tutti che lei possa continuare a lavorare in agenzia ma anche soddisfare esigenze personali di collocazione geografica, considerando che, tra l'altro, dove vive avrebbe forse avuto qualche difficoltà in più a trovare un'alternativa. Sono dinamiche semplici e che si appoggiano sulla capacità di ascolto delle

esigenze dei collaboratori: crediamo che poi siano loro, in trasparenza, a dirci se stiamo andando nella direzione giusta.” Giovanni Frera, Ceo di Bewe.

L’orientamento all’ascolto dei propri collaboratori e la messa a terra di strategie strutturate di people management hanno spinto l’azienda a concentrarsi sui progetti di Employer Branding, mettendo a punto una piattaforma unica e proprietaria – Brand Booster – che pone al centro le persone per migliorare la comunicazione interna e il loro coinvolgimento, attrarre e trattenere talenti e potenziare la comunicazione esterna. Tale piattaforma fa leva sull’Employee Brand Advocacy e può operare anche in contesti molto più grandi attraverso la raccolta strutturata di feedback da parte dei collaboratori: è infatti importante che la loro viva voce si possa sentire anche all’esterno dell’organizzazione e diventi un’opportunità per attrarre talenti, creare coinvolgimento e un clima positivo all’interno della realtà aziendale.

La digitalizzazione dei feedback dei collaboratori e la loro implicita raccolta possono diventare uno strumento di comunicazione con approccio bottom-up e una leva importante per far crescere la company reputation agli occhi di tutti gli stakeholder.

“Un nostro cliente che ormai da cinque anni utilizza ‘Brand Booster’ ha visto negli anni aumentare in modo significativo i candidati Ambassador generando un enorme volume di contenuti condivisi online, accrescendo la propria visibilità ma anche le opportunità di attrarre talenti e di retention. L’Employer Branding Awards è per Bewe il contesto giusto per condividere il nostro punto di vista su questi temi, confrontarci con altri esperti e con clienti e capire le loro esigenze e come si stanno muovendo su questi fronti, potendo analizzare da vicino e selezionare gli esempi migliori, per rafforzare la nostra offerta e ampliare le opportunità di collaborazione.” conclude Frera.

Gli Ambassador di EBA 2024 sono: Ascensori Rossini, Ascot Ascensori, Bewe, Euxilia, eViso. Libellula, Nord Ovest, Shamir

RX Italia, Settanta7, UOMOeAMBIENTE.

I vincitori degli EBA saranno scelti anche grazie alla valutazione delle aziende Sponsor e verranno annunciati durante il più grande evento dedicato al People Management che si terrà il 31 gennaio 2025 in H-Farm. I loro progetti riceveranno visibilità attraverso i principali media. Per ulteriori informazioni e per inviare una candidatura, si invita a visitare il sito dell'Employer Branding Awards.

Il contest è aperto a tutte le imprese di qualsiasi settore merceologico, con un numero di collaboratori compreso tra 15 e 250 e una visione aziendale che mette al centro le persone.