

## PERFETTI SCONOSCIUTI

Il volume affronta in modo analitico i cortocircuiti comunicazionali e di coinvolgimento che portano ad insinuarsi il virus dell'anti-economia nel seno della stessa azienda

Il pregio di un libro, nel caso parliamo di un manuale di lavoro, è di saperti dare al tempo stesso risposte a domande e porti domande che necessiteranno di future risposte. È il caso dell'ultimo scritto di Alessandra Mazzei, "Engagement e disengagement dei collaboratori. Comunicazione interna e valorizzazione delle risorse umane per un contesto di voce", edito da **Franco Angeli**.

Il testo della Mazzei, professore associato presso l'Università IULM di Milano, dove insegna Brand & Corporate Communication e Comunicazione d'impresa, offre un interessantissimo viaggio nel difficile mondo dei collaboratori dell'impresa, cercando di evidenziare strategie e tattiche per un loro coinvolgimento pratico nell'affermazione del modello e dei valori dell'impresa. Il tutto arricchito da una duplice ricerca.

La prima è un ampio bagaglio di evidenza empirica raccolto tramite focus group con manager, interviste a esperti, una survey su un campione di aziende, una ricerca su un campione di convenienza di collaboratori, tredici casi aziendali.

La seconda è invece ricerca realizzata dal Working Group Employee Communication dell'Università IULM su un campione rappresentativo delle aziende italiane con più di 500 dipendenti presenti nella Lista Mediobanca delle principali società manifatturiere e di servizi italiane del 2015.

Semplificando, emerge un quadro luci ed ombre, nel quale sembra che le imprese procedano troppo spesso con il freno a mano tirato, non approfondendo esigenze e non proponendo a fondo progetti, strumenti, clima relazionale tali da portare dalla propria parte i propri collaboratori.

È vero, e l'autore lo dice con grande trasparenza, che gli effetti della crisi economica, delle profonde trasformazioni organizzative subite dalle imprese e, non da ultimo, l'inarrestabile devastante effetto della digitalizzazione cambiano ed incidono molto in primis sul morale e sull'animo di chi lavora.

Il volume affronta in modo analitico i cortocircuiti comunicazionali e di coinvolgimento che spesso per leggerezza e scarsa pianificazione strategica portano ad insinuarsi il virus dell'anti-economia nel seno della stessa azienda. Fenomeno che parte da lontano ma che è capace di minare la credibilità e il futuro di un Paese e delle generazioni future.

Che fare quindi? Certamente investire in cultura e strumenti di comunicazione manageriale, abbandonare il metodo top-down, cercare linguaggi e stili relazionali più coinvolgenti, togliere la maschera del formalismo relazionale, tutto apparenza e poca sostanza.

L'engagement - come sostiene l'autrice - è all'origine dei comportamenti dei collaboratori a sostegno delle aziende: diffondere la reputazione, difendere da critiche, condividere conoscenze, suggerire nuove idee. Al tempo stesso, però, sono sempre più evidenti situazioni di "disengagement" sotto forma di distacco, disimpegno o ancora peggio avversione e contrapposizione verso la propria azienda. Da questo derivano comportamenti a detrimento delle aziende: critiche ai manager, aggressività verso i colleghi, ostruzionismo.

Una road map essenziale, quindi, che deve alloggiare sulle scrivanie e nei pensieri di CEO e HR.

Ma il libro, si dice all'inizio, vale anche perché traccia un quadro futuro: questi temi sono essenziali nella grande impresa. Ma sappiamo tutti che il nostro sistema industriale poggia su milioni di PMI. È su queste che deve proseguire lo studio, per capire come far crescere questa sensibilità e quali leve azionare. Senza dimenticare i cambiamenti cui assistiamo

nel mondo del lavoro.

Ma qui serve un altro libro: l'augurio sincero all'autrice è che si metta presto all'opera!

**Titolo: Engagement e disingagement dei collaboratori. Comunicazione interna e valorizzazione delle risorse umane per un contesto di voce**

**Autore: Alessandra Mazzei**

**Editore: Franco Angeli**

**Pagine: 276**

**@federicounnia - Consulente in comunicazione**

**@Aures Strategie e politiche di comunicazione**

**@Aures Facebook**

**Leisure**

**Condividi su LinkedIn**

**numero di 27/06/2018**