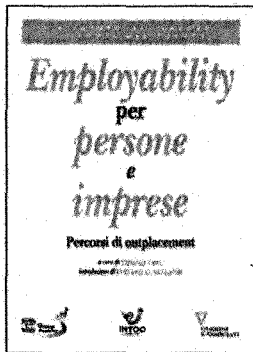


Strumenti di lavoro



Autori - Tiziano Treu (a cura di)
Titolo - *EMPLOYABILITY PER PERSONE E IMPRESE - Percorsi di outplacement*

Casa editrice - Editori Guerini e Associati, 2013, pagg. 144

Prezzo - Euro 14,50

Argomento - Nel nostro paese una cultura diffusa ha dato priorità alla difesa del posto di lavoro più che allo sviluppo della «occupabilità» della

persona, irrigidendo il mercato. Un apparato di ammortizzatori sociali, sostanzialmente passivo e risarcitorio, oltre a essere oneroso per le casse dello Stato, non incentiva la ricerca del lavoro e produce un dannoso prolungamento dei tempi di disoccupazione. Diventa, quindi, urgente un sistema di politiche attive del lavoro, tra cui l'outplacement, che sia in grado di ridurre il tempo di transizione tra un lavoro e un altro, sviluppando l'«employability». In tal modo il lavoratore ha la possibilità di perseguire, durante l'intero arco della vita professionale, un percorso di continuità lavorativa, basato sulla capacità di risultare «impiegabile» a prescindere dai cicli economici, sia all'interno che all'esterno dell'azienda, grazie alle conoscenze acquisite e alla formazione continua. Su questi temi si svolge il libro curato da Tiziano Treu con la collaborazione di Gi Group Academy e di Intoo e di altri autori. Articolato in due parti, la prima è suddivisa tra la presentazione delle politiche attive attuate in Francia, Germania, Belgio, Paesi Bassi, Spagna e le proposte di legge italiane già depositate in Parlamento per incentivare il ricorso all'outplacement. La seconda parte è dedicata all'analisi di questa metodologia evoluta in Italia, integrata da interessanti testimonianze. Con l'outplacement 8 su 10 disoccupati rientrano al lavoro mediamente in sei mesi (dati 2012), senza occorrono 14,8 mesi per ricollocare solo il 55% dei disoccupati (dati Inps precrisi).



Autori - Bianca Fersini Mastelloni

Titolo - *INVESTOR RELATIONS ED ETICA - Efficacia e vantaggi competitivi*

Casa editrice - Editori Guerini e Associati, 2013, pagg. 172

Prezzo - Euro 18,50

Argomento - Per una società quotata in borsa è fondamentale sviluppare una comunicazione finanziaria efficace,

trasparente e continuativa diretta alla comunità degli investitori, attraverso le «Investor Relations». Queste hanno il compito di organizzare le informazioni, non solo per quelle necessarie sul piano normativo o per migliorare la visibilità o la reputazione aziendale, ma soprattutto per trasformare coerentemente il valore patrimoniale dell'azienda



Autori - Massimo Del Monte, Carlo S. Romanello, Gian Piero Scilio

Titolo - *OUT OF OFFICE - Storie di manager che si sono reinventati il futuro*

Casa editrice - Franco Angeli Editore, 2013, pagg. 206

Prezzo - Euro 19

Argomento - Il libro è promosso da Cfmt, Centro di formazione management del terziario, ed

è il risultato del progetto «Managerattivo», inserito nelle politiche attive per il lavoro dello stesso centro per sostenere il riposizionamento professionale dei dirigenti non occupati, favorendo anche il loro incontro con le piccole e medie imprese. Nove sono le storie di rinascita professionale raccontate dai manager, che si sono improvvisamente trovati senza lavoro e hanno saputo ricominciare, dopo la rabbia, l'umiliazione e l'incertezza iniziali, impegnandosi con energia, orgoglio e ottimismo. Il loro racconto è molto coinvolgente, passando dalla perdita di uno status, delle abitudini, delle convinzioni, che hanno segnato la loro vita prima della rottura, fino al superamento della crisi da cui sono usciti cambiati, restando se stessi e valorizzando i loro talenti. Gli autori del libro sono tra i principali coaches del Cfmt nell'ambito del progetto formativo «Comincio...da tre!», al quale hanno partecipato 598 dirigenti nel periodo marzo 2010-dicembre 2012. Di questi 465 (78%) sono riusciti a rioccuparsi con un tempo medio prevalente di rientro inferiore a 12 mesi, con principale sbocco nella piccola azienda (58% dei rioccupati), con esiti più favorevoli per la fascia di età 41/50 anni e con criticità per gli over 50. I dirigenti rioccupati provengono in misura maggiore dall'area commerciale e dai ruoli executive; gli inoccupati sono prevalenti nelle aree amministrazione e finanza, marketing e logistica. Sono nate una decina di start up su business innovativi, co-fondate da persone che si sono conosciute nelle aule del Cfmt.

in valore di mercato. Ciò dovrebbe consentire agli investitori, attuali e potenziali, di conoscere sia i risultati economico-finanziari, sia le strategie di sviluppo, in modo da essere motivati e incoraggiati a investire su quella azienda. La necessità di trasparenza in questo processo comunicativo richiama il tema dell'etica, tanto più che la recente crisi finanziaria ha dimostrato di affondare le proprie radici in una ancor più profonda crisi valoriale e morale. «È necessaria un'impronta etica nella condotta dell'impresa che deve tener conto della propria reputazione e di nuovi possibili modelli di management» sostiene l'autrice nel libro, che sviluppa, con linguaggio tecnico ma accessibile anche a non specialisti, i rapporti delle Investor Relations con il mondo degli affari, con l'etica, con la complementarietà del marketing. Il successo della comunicazione finanziaria sarà legato alla capacità di proiettare la fiducia quale presupposto del mercato, l'etica come vantaggio competitivo, il marketing in un nuovo approccio metodologico nella campo delle Investor Relations. Per questo dovrà diventare materia di professionisti sempre più preparati.

a cura di **Pietro Scardillo**