

La vocazione professionale in Poste Italiane

28 novembre 2008

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

Nell'incontro del 20 maggio 2008 l'Osservatorio sulla Responsabilità Sociale d'Impresa

ha iniziato a lavorare su tematiche specifiche individuate come prioritarie, per l'Azienda e per le Parti Sociali.

Nello specifico, in quella sessione fu discusso e condiviso il tema del Lavoro in una prospettiva innovativa, quella della **'Vocazione Professionale'**.

Il positivo dibattito avviato in quella occasione conduce oggi ad ipotizzare una prima finalizzazione progettuale, per la ricerca di soluzioni concrete, coerenti con il contesto socio-organizzativo aziendale e finalizzate ad affrontare due temi rilevanti nell'ambito delle nuove sfide dell'occupazione: **la gestione del personale over 50 e la valorizzazione delle specificità femminili.**

Posteitaliane

Caro G. C.

L'ampio dibattito socio-culturale sul lavoro e l'approccio consolidato sul tema all'interno delle aziende sono segnati oggi da due forti limiti:

→ **visione problematica del lavoro** - il lavoro inquieta le giovani generazioni, è il fulcro della conflittualità politico-sociale, non rappresenta più, come un tempo, uno dei focus privilegiati della prefigurazione di futuro

→ **diffusione del modello delle competenze** - ha certamente prodotto positivi adeguamenti delle performance, ha generato una forte crescita professionale dei lavoratori e si configura ormai come una risorsa per lo sviluppo e la motivazione delle persone che lavorano; tuttavia il lavoro è molto più che competenze

Prof.

Prof.

Prof.

Posteitaliane

chi apre il

Non si può, infatti, prescindere dalla considerazione di quanto il lavoro sia:

→ importante per gli individui

→ elemento fondamentale dell'autorappresentazione sociale, in quanto le persone si identificano con quello che fanno, si posizionano in base a quello che fanno, al contesto in cui operano ed al contributo che danno alla società

L'impresa stessa, per parte sua, **non può chiedere solo competenze**, identificabili nel sapere, nelle abilità ed anche nelle motivazioni, comunque sempre riconducibili al compito, all'obiettivo, alla qualità della prestazione. Richiede anche **identificazione e partecipazione** alla propria identità

20

Enf

20/10/2020

20/10/2020

20/10/2020

20/10/2020

20/10/2020

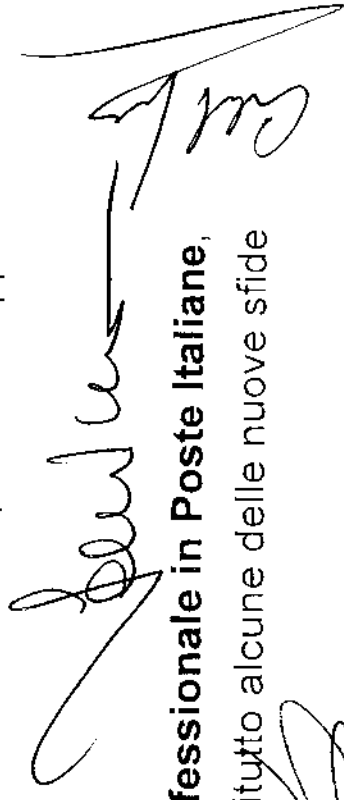
20/10/2020

Posteitaliane

CC BY-NC

L'approccio basato sulla **Vocazione Professionale** parte proprio da queste considerazioni.

Con essa, infatti, si **rappresenta la costruzione completa dell'individuo al lavoro**, fatta sì di attitudini e competenze, ma anche di adesione ad uno spettro di valori, ad una sorta di 'spirito della professione' che sostiene anche la diffusa 'generosità' sul lavoro, intesa come spinta che ci fa apprendere ed applicare competenze nuove e che risulta fondamentale per lo sviluppo delle persone stesse, delle imprese e della società.



Si intende, pertanto, **sviluppare il tema della Vocazione Professionale in Poste Italiane**, puntando a definire soluzioni progettuali volte a sostenere anzitutto alcune delle nuove sfide dell'occupazione:



→ **la gestione del personale over 50** (attraverso politiche finalizzate a garantire la

riqualificazione, l'adattabilità e l'occupabilità dei dipendenti)



→ **la valorizzazione delle competenze e delle specificità femminili**; manca, tuttora,

nell'impresa una autentica e diffusa valorizzazione organizzativa della specificità femminili, sia

nei ruoli professionali, sia nei ruoli gestionali e manageriali



Posteitaliane

alla luce

pubblica

I lavoratori 'over 50' si trovano in una situazione tale per cui, pur essendo spesso detentori di elevato sapere professionale rischiano più dei 'giovani' in termini di **impiegabilità e di disponibilità delle imprese ad investire sull'aggiornamento delle loro competenze**.

LB

Aut

Portare l'attenzione sul **recupero delle loro potenzialità inespresse**, sull'individuazione di meccanismi di facilitazione relazionale (clima), di gestione innovativa delle relazioni professionali, di sviluppo delle performance e dell'utilizzo pedagogico-formativo per le giovani generazioni è un modo di garantire l'impiegabilità, la motivazione e la soddisfazione, oltre che di considerare queste persone una parte ancora fondamentale del patrimonio dell'impresa.

~~Aut~~

Vd

Scoperto

PH

Aut

Scoperto

Scoperto

Posteitaliane

22/11/20

- Il paradigma che si intende assumere a riferimento per il progetto è principalmente quello del **valore della differenza e della specificità**, non quello della disuguaglianza di fatto, che è troppo spesso il focus esclusivo delle preoccupazioni organizzative.

[Signature]

La differenza femminile ha generato visioni e risultati significativi nel pensiero logico-scientifico, nel dibattito filosofico e nella produzione artistica. Essa deve, dunque, avere importanti implicazioni anche nel lavoro e, in particolare, sui temi cruciali della vocazione professionale e della pluralità delle intelligenze necessarie ed utili all'impresa.

[Signature]

- **Fare emergere la differenza, analizzarla, misurarla e renderla funzionale allo sviluppo delle persone e di Poste Italiane** è un modo innovativo di considerare il tema delle Pari Opportunità, non solo come 'esemplarità lavoristica', ma anche come una straordinaria opportunità competitiva per l'azienda.

[Signature]

[Signature]

[Signature]

[Signature]

[Signature]

[Signature]

Il progetto è articolato in 5 fasi, da realizzare nell'arco di 24 mesi dall'avvio:

1a - Anamnesi interna e viste metodologiche (valori di Poste Italiane; analisi degli scostamenti dal sistema dei valori; rilevanze dalle indagini di clima, ecc.)

2a - Definizione del 'repertorio vocazionale' di Poste Italiane (storia distintiva dell'azienda; evidenza delle competenze, attitudini e progettualità maggiormente diffuse nel personale, ecc.)

3a - Progettazione dei modelli di intervento per le popolazioni target

(individuazione delle specificità del target; identificazione degli indicatori per il monitoraggio dei risultati)

4a - Definizione delle principali ricadute sulle politiche HR (Sistemi di valutazione,

Sistemi premianti, Politiche di Sviluppo, Percorsi formativi);

5a - Progettazione ed erogazione dei programmi formativi

Posteitaliane

Car sp a

→ Obiettivi

Sviluppare le competenze, per sostenere l'impiegabilità, lo sviluppo e la managerialità delle popolazioni target;

→ Metodi ipotizzati

Formazione (in presenza ed a distanza)

Coaching (di gruppo ed individuale)

→ Durata

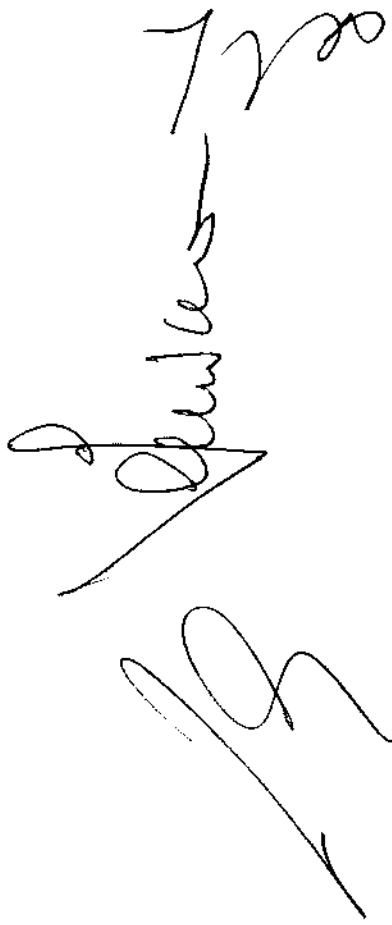
14 mesi (le fasi da 1 a 4 dovrebbero occupare i primi 10 mesi del progetto)

→ Destinatari

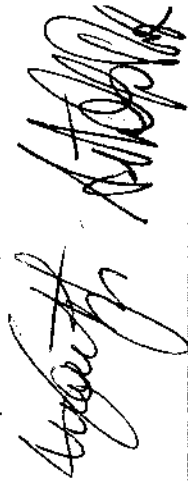
Entro i 24 mesi di durata del progetto, la popolazione è stimata in circa 5.000 persone, con riferimento al target femminile e in circa 2.000 persone per il target over 50.




Benedetto







Posteitaliane

CAE

- **Esperti interni** saranno coinvolti nel monitoraggio delle diverse fasi del progetto, nella riprogettazione dei Sistemi di Sviluppo e nella definizione dei programmi didattici.
- **Consulenti esterni** saranno impegnati nella definizione delle line-guida metodologiche e nella realizzazione delle fasi da 1 a 4.
- **Lavoratrici e lavoratori** interessati parteciperanno direttamente alle fasi di analisi e saranno destinatari dell'applicazione dei nuovi sistemi di sviluppo e dei programmi formativi
- **Le Parti Sociali** saranno coinvolte nelle diverse fasi del progetto, in termini di continuo aggiornamento e confronto sui risultati conseguiti

La cooperazione fra i diversi soggetti sarà fondamentale per l'efficacia complessiva

dell'iniziativa

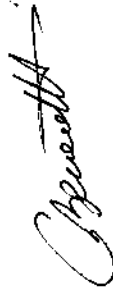
[Signature]

[Signature]
[Signature]

Posteitaliane

L'impatto atteso è assai elevato, perché riguarda:

- **le persone che lavorano in Poste Italiane** – in termini di nuova consapevolezza, crescita della motivazione intesa come riqualificazione vocazionale, valorizzazione globale ed esistenziale della persona che lavora, nuovi indirizzi per la formazione e la valorizzazione dei potenziali inespressi;
- **le interazioni organizzative nell'azienda** – in termini di miglior clima, più efficace gestione delle risorse e dello sviluppo organizzativo (distribuzione attività e ruoli anche in funzione della 'vocazione'), miglior negoziazione e miglior 'patto di scambio' nella relazione impresa/individui, etc.;
- **l'efficacia competitiva di Poste Italiane nel mercato** – in termini di incremento dell'efficacia competitiva e di miglioramento delle relazioni con gli stakeholder esterni.



Poste Italiane