

ADAPT

www.adapt.it

Scuola di alta formazione in **transizioni occupazionali e relazioni di lavoro**

www.adapt.it - formazione@adapt.it

Qualche domanda sul "Personale"

ADAPT incontra

Matteo Moi

Direttore Risorse umane

Belron Italia



ADAPT
www.adapt.it
UNIVERSITY PRESS

a cura di [Lidia Petruzzo](#) e [Giulia Rosolen](#)
in collaborazione con [Andrea Noris](#)

Belron Italia, leader mondiale nel settore dei vetri per autoveicoli, opera sul mercato italiano con la rete diretta Carglass e la struttura di centri in franchising Doctor Glass presidiando il territorio nazionale con oltre 400 centri.



Matteo Moi

HR Belron Italia

Laureato in Giurisprudenza all'Università Cattolica di Milano. È Direttore Risorse umane di Belron Italia, presente sul mercato italiano con il marchio Carglass. In precedenza ha operato per diversi anni in BD (Becton Dickinson), multinazionale del settore biomedicale, in qualità di responsabile HR per l'Italia e la Grecia, nonché come HR Partner per la struttura Finance Europe. Prima di tali esperienze ha lavorato nell'area HR di Memc Electronic Materials (semiconduttori) e Telecom Italia.

rato nell'area HR di Memc Electronic Materials (semiconduttori) e Telecom Italia.

Alla funzione HR oggi viene richiesto un contributo strategico in termini di innovazione e cambiamento: qual è il suo pensiero? Cosa ne pensa? In questo senso qual è il futuro della direzione HR?

Sicuramente la funzione HR è chiamata a esser percepita dai propri interlocutori interni sempre più come un *partner* vero, in grado di capire i problemi, conoscere ed affrontare le sfide, affrontare il *business*. Saper unire alla parte tecnica della funzione HR – selezionare efficacemente, formare i dipendenti, pagarli adeguatamente, gestire le relazioni sindacali – la capacità di comprendere il contesto aziendale e il *business* in cui l'azienda opera.

Questa seconda caratteristica la considero meno tradizionale nel mondo HR ma la reputo indispensabile per poter essere percepiti dai colleghi come veri e propri *partner*, ma soprattutto dal vertice della azienda come una funzione che risiede a pieno titolo laddove vengono prese le decisioni.

Secondo lei quali sono le strategie che un'azienda dovrebbe intraprendere per svilup-

pare innovazione, cambiamento e competitio-

Le strategie passano sempre e comunque da un investimento importante sul capitale umano. È fondamentale, infatti, investire sulle capacità e sulle potenzialità delle persone affinché possano realmente contribuire efficacemente al successo della azienda. Nelle imprese che operano in settori *high tech* è più facile comprendere la valenza strategica dell'investimento sul capitale umano. Lo stesso ragionamento, però, vale per quelle di servizio, come la nostra, perché la qualità passa necessariamente dalla formazione e dalla motivazione dei dipendenti

“Investire sulle #capacità e sulle potenzialità per contribuire al successo della #azienda”

che dovranno essere in grado di comprendere le vere esigenze dei clienti e quindi di proporre le soluzioni più adatte. Per far sì che questo accada noi investiamo molto nella formazione volta a gestire al

meglio la relazione con i clienti. Nel nostro caso l'innovazione passa sia da procedure tecniche all'avanguardia ma anche dai comportamenti agiti dai colleghi che ogni giorno sono a contatto con i clienti.

Per noi, come dicevamo prima, una di queste strategie è riconducibile al fare ricerca direttamente in azienda: cosa significa per lei fare ricerca e formare direttamente in azienda?

Innanzitutto, per una azienda come la nostra, fare ricerca e formazione significa garantire una eccellenza tecnica. Il fatto di essere *leader* mondiali nel nostro settore significa dover sviluppare in casa nuovi strumenti e procedure per garantire qualità e sicurezza per gli automobilisti ed i nostri collaboratori. Il nostro centro di ricerca si trova nel Regno Unito, qui in Italia abbiamo un reparto tecnico che forma i

“La #formazione è importante per una azienda che sviluppa in casa nuovi strumenti e procedure”

nostri tecnici installatori per garantire i medesimi *standard* di qualità e sicurezza ai

circa 350.000 automobilisti che durante l'anno affidano la loro autovettura a Carglass. Non ci limitiamo infatti a formare i giovani al momento dell'assunzione ma, ogni volta che ci sono novità ed aggiornamenti tecnici, avviamo dei percorsi di aggiornamento tecnico. Inoltre ogni 18 mesi circa tutti i nostri tecnici vengono sottoposti a verifiche del loro operato per garantire il rispetto delle procedure tecniche.

La maggior parte delle aziende lamenta la difficoltà nell'intercettare il talento: nella sua esperienza le è capitato di vivere questa difficoltà? In cosa consiste avere un talento nella propria azienda, che comunque è un giovane ricercatore che acquisisce competenze direttamente in azienda? Qual è il valore aggiunto?

Il valore aggiunto è molto importante perché è ciò che garantisce il successo. Il talento è una combinazione di caratteristiche personali: motivazione, disponibilità, voglia di apprendere ma anche competenze tecnico professionali adeguate. Ad esempio, nella nostra funzione abbiamo una collega psicologa del lavoro iscritta all'albo che ci consente un utilizzo corretto ed efficace di strumentazione psicometrica

di livello che utilizziamo per la selezione e lo sviluppo di *manager* e *professional*. Abbiamo quindi competenze tecnico specialistiche di alto livello, alle quali si unisce disponibilità, voglia di imparare, di comprendere le esigenze del cliente interno, voglia di mettersi in discussione e soprattutto non pensare che la propria qualifica accademica costituisca un punto d'arrivo.

Come fa a capire e intercettare un talento in una fase di selezione?

In Carglass ci sono dei processi di selezione molto strutturati. Per i tecnici oltre alle prove tradizionali è previsto un vero e proprio *test* di destrezza manuale che consiste nel ricostruire, scomponendo o ricomponendo, una struttura di metallo. Per altre posizioni, invece, utilizziamo prove di *role playing* e casi di *business* oltre a test psicometrici. Tali strumenti non garantiscono il successo ma sono molto utili per inserire le persone con le conoscenze, competenze ed attitudini in linea con le richieste della nostra azienda

È noto che esiste un po' un *mismatch* tra curricula di studio e competenze professionali, è così? Cosa ne pensa? Come possono dialogare impresa e mondo accademico?

I giovani che si laureano bene, nei tempi giusti e con voti alti, sono quelli che si notano sul posto di lavoro. Quando a queste caratteristiche si aggiungono anche l'intelligenza sociale, la capacità di lavorare in *team*, la voglia di investire su sé

“Il #talento è colui che sa lavorare in gruppo, investire su sé stessi e ha voglia di #apprendere”

stessi, la disponibilità ad apprendere in continuazione, l'azienda trova davvero dei talenti. Sono competenze che non sempre si ritrovano nel CV ma che, spesso, le aziende ricercano. Fanno la differenza.

Cos'è la prima cosa che vede nel curriculum di un giovane neolaureato?

La prima cosa che noto è la serietà negli studi, il voto di laurea, l'università di provenienza, il tempo impiegato per finire gli studi ma anche l'intraprendenza, le esperienze all'estero e quelle extrascolastiche.

All'interno di questa impresa avete usato l'apprendistato di ricerca o di alta formazione?

No. Utilizziamo molto lo stage e, raramente, l'apprendistato professionalizzante. Riteniamo che sia uno strumento troppo complicato e burocratico. Per quanto riguarda l'apprendistato di ricerca, invece, credo che non sia abbastanza diffuso e raccontato alle aziende. Queste ultime, poi, sono fin troppo pigre e non si sono adeguatamente informate. Serve più comunicazione affinché le aziende conoscano gli incentivi e i vantaggi dello strumento.

Può raccontarmi un progetto in tema HR che avete lanciato o state lanciando e a cui tenete

particolarmente in relazione all'innovazione aziendale e ai giovani di talento?

I nostri colleghi che lavorano nei nostri Centri sul territorio lamentavano di non aver chiari i criteri che guidavano i percorsi di crescita e carriera in azienda. Abbiamo quindi lanciato un progetto che abbiamo chiamato "Progetto Percorso" che definiva con chiarezza e trasparenza i diversi ruoli con responsabilità crescenti che potevano essere coperti dalle persone che operavano nella nostra rete di centri sul territorio. Sono stati formalizzati i vari ruoli e comunicati i requisiti necessari per accedervi nonché gli strumenti di selezione interna. Sono stati predisposti i piani formativi per sviluppare le competenze e conoscenze necessarie. Senza entrare nei dettagli le parole chiave sono trasparenza e merito. Come direbbero i nostri colleghi del marketing il *playoff* del progetto è "cresci tu, cresce l'azienda" che ben identifica il patto che lega le persone e l'azienda.

Leggi le nostre interviste

[A colloquio con Luca Vignaga, HR Manager Gruppo Marzotto](#) – a cura di Lidia Petruzzo e Giulia Rosolen

[A colloquio con Elisa Menuzzo, Vice Presidente Came Group](#) – a cura di Lidia Petruzzo e Giulia Rosolen in collaborazione con Daniele Grandi

[A colloquio con Massimo Depetris, Direttore del Personale di Rhiag I.A.P Italia S.p.A.](#) – a cura di Lidia Petruzzo e Giulia Rosolen in collaborazione con Daniele Grandi

[A colloquio con Alessandro Roggerini, Direttore Risorse umane e comunicazione, NLMK Europa](#) – a cura di Lidia Petruzzo e Giulia Rosolen in collaborazione con Carlotta Piovesan

[A colloquio con Fabrizio Sechi, Direttore Risorse umane Decathlon Italia](#) – a cura di Lidia Petruzzo e Giulia Rosolen in collaborazione con Andrea Noris

[A colloquio con Pietro Torretta, Direttore del personale di Bonduelle Italia](#) – a cura di Lidia Petruzzo e Giulia Rosolen in collaborazione con Fabiola Silvaggi

[A colloquio con Lara Ponti, Direttore del personale di Ponti](#) – a cura di Lidia Petruzzo e Giulia Rosolen in collaborazione con Giacomo Calvi

[A colloquio con Elisabetta Caldera, Direttore Risorse umane e Organizzazione di Vodafone Italia](#) - a cura di Lidia Petruzzo e Giulia Rosolen in collaborazione con Filippo Pignatti Morano

[A colloquio con Wanda Gobbi, HR Manager, Groupalia](#) – a cura di Lidia Petruzzo e Giulia Rosolen in collaborazione con Andrea Cefis

[A colloquio con Beniamino Bedusa, Global HR Director, Moleskine](#) – a cura di Lidia Petruzzo e Giulia Rosolen in collaborazione con Simone Caroli

[A colloquio con Massimo Gironi, Direttore del personale del Gruppo Deborah](#) – a cura di Lidia Petruzzo e Giulia Rosolen in collaborazione con Carmen Di Stani

[A colloquio con Sonia Malaspina, Direttore del personale, Mellin S.p.A., Danone Nutricia, Early Life Nutrition](#) – a cura di Lidia Petruzzo e Giulia Rosolen

[Clicca per leggere le altre interviste a cura di ADAPT](#)

Con questo ciclo di interviste agli HR manager vogliamo, in continuità con l'idea che ha portato alla nascita della rubrica, indagare come le aziende si approcciano ai temi dell'innovazione e del talento.

Il progetto ha coinvolto sul campo un gruppo di ricercatori di ADAPT che grazie alla disponibilità delle aziende coinvolte, hanno avuto la possibilità di entrare in contatto con i responsabili delle risorse umane alla ricerca delle chiavi di lettura del cambiamento in atto nei modi di produrre e organizzare il lavoro. Un viaggio che continua con l'obiettivo di raccontare l'Italia che cambia e si rinnova, progettando il proprio futuro investendo sulla formazione e lo sviluppo di giovani talenti.

La svolta buona del lavoro che si costruisce sul campo, ogni giorno, investendo sulle persone, progettando nuovi modi di fare impresa.



giovani *talento* ricerca *innovazione* incentivi *formazione* futuro

Dal 2007 a oggi, ADAPT ha finanziato e promosso:

- 3 scuole di dottorato
- 91 borse triennali di dottorato
- 31 contratti di apprendistato di alta formazione e ricerca

Responsabile scientifico
Michele Tiraboschi

Coordinamento progettuale
Lidia Petruzzo e Giulia Rosolen

Gruppo di lavoro
Giulia Alessandri, Giacomo Calvi, Simone Caroli, Andrea Cefis, Carmen Di Stani, Francesca Fazio, Daniele Grandi, Andrea Noris, Marco Menegotto, Roberta Monte, Agnese Moriconi, Filippo Pignatti, Pietro Rizzi, Alessia Santopaolo, Alberto Sasco, Fabiola Silvaggi, Silvia Spattini, Paolo Tomassetti, Rosita Zucaro.

- 55 assegni di ricerca annuali
- 33 borse private per corsi di alta formazione
- oltre 1.100 convegni nazionali e internazionali
- 4 riviste, 3 collane scientifiche, 3 bollettini sui temi del lavoro.