

# Strumenti di lavoro

**Autori** - Francesco Morace e Barbara Santoro  
**Titolo** - *ITALIAN FACTOR* - *Moltiplicare il valore di un Paese*

**Casa editrice** - Egea, 2014, pagg. 160

**Prezzo** - Euro 17,50  
**Argomento** - Con determinazione, passione ed argomentazioni ampie e documentate gli autori sostengono un'originale proposta sotto l'espressione «Italian factor», costituita

da un mix di intelligenza, creatività, gusto, capacità tecniche ed artigiane, riconosciute come potenzialità di sviluppo e di rilancio dell'Italia nel mondo. Viene sviluppata una visione e un metodo di lavoro e soprattutto una piattaforma di analisi per creare una nuova cultura di impresa, che esalta l'«Italian way» (il modo tutto italiano di fare le cose e quindi anche di produrre), ben diversa dal «made in Italy». L'Italia avrebbe la straordinaria opportunità di emergere nuovamente con la propria competenza estetica e con il baricentro nel gusto quotidiano, che dovrebbe diventare una componente strategica. Tutto ciò troverebbe conferma nelle cinque realtà aziendali raccontate nel libro, scelte come esempi emblematici dell'«Italian factor» (Ferragamo, Brunello Cucinelli, Moleskine, YOOX, Eataly), che hanno raggiunto il proprio obiettivo di moltiplicazione del valore, partendo dalle best practice quotidiane, dal vestirsi, mangiare, scrivere, e non certo dai valori della finanza. Il libro, nell'approfondire l'identità italiana, sviluppa una prima parte storica sulla ricorsività dei miracoli nella storia (dal Rinascimento al boom economico), mentre la seconda parte è dedicata alle virtù italiane da valorizzare. La terza parte socio-culturale analizza otto fattori potenziali per lo sviluppo del nostro Paese, mentre nell'ultima parte vengono individuati i dieci elementi necessari per l'applicazione dell'«Italian factor» alle imprese.

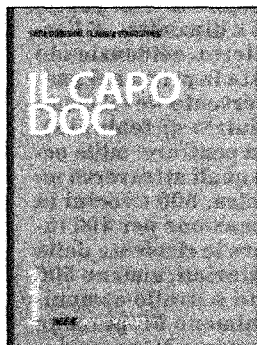


**Autore** - Giovanni Pedone Lauriel  
**Titolo** - *TROVARE LAVORO* - *Come affrontare i passaggi di lavoro e scegliere il proprio futuro*

**Casa editrice** - Edizioni Guerini Associati, 2013, pagg. 160

**Prezzo** - Euro 13,90  
**Argomento** - Come sopravvivere in un mercato del lavoro turbolento, nel quale sembrano

mancare previsioni meteo e strumenti di bordo? Oggi cercare un lavoro è un vero e proprio «lavoro», che prevede un metodo e degli strumenti. Lo scopo di questo libro è aiutare le persone a trovare occupazione, utilizzando l'esperienza ventennale maturata in questo campo dal suo autore. Vengono indicati gli attrezzi da avere nella propria cassetta, quando si cerca il primo lavoro o lo si ricerca perché lo si è perso o perché se ne desidera uno migliore. Innanzi tutto occorre definire qual è il proprio progetto personale, l'obiettivo realistico che si vuole raggiungere, con quali strumenti di comunicazione al mercato (curriculum, inserzioni, network, colloqui). Ogni persona, secondo l'autore, deve essere aiutata a trovare la «sua» soluzione, imparando a pensare al proprio destino. Il primo capitolo è dedicato alle dinamiche del mercato del lavoro, rispetto al quale occorre organizzarsi per rendere alto il proprio grado di «impiegabilità». Il secondo affronta la gestione dell'incertezza nei passaggi di lavoro, mentre il terzo approfondisce la definizione del progetto professionale. Gli strumenti di comunicazione da attivare per arrivare al mercato sono il tema del quarto capitolo; nel quinto viene posto l'accento sull'importanza di darsi obiettivi e scadenze e monitorare sistematicamente i propri avanzamenti. L'ultimo capitolo tratta le fasi conclusive della ricerca con la negoziazione del contratto presso il nuovo datore di lavoro. Il libro si conclude con sette casi di successo, raccontati direttamente dai protagonisti.



**Autori** - Sara Donedu e Claudia D'Agostinis

**Titolo** - *IL CAPO DOC*

**Casa editrice** - FrancoAngeli Editori, 2014, pagg. 122

**Prezzo** - Euro 16

**Argomento** - Diversi studi che riguardano le pmi cominciano ad evidenziare, tra le cause che bloccano lo sviluppo di queste aziende, «lo sbilancia-

mento degli investimenti in “asset” materiali e la scarsa attenzione verso gli “intangibles” aziendali (uomini, organizzazione, competenze ecc.)» e propongono, insieme alle altre leve strategiche, anche lo sviluppo manageriale interno e la capacità di migliorare il livello della produttività dei collaboratori. L'imprenditore deve aprirsi da un lato alle innovazioni e allo sviluppo e dall'altro deve saper riconoscere le capacità dei suoi collaboratori, valorizzarli e supportarli nel loro percorso di crescita professionale. Comunicazione, fiducia, dialogo, condivisione degli obiettivi sono alla base del rapporto tra organizzazione e persone, integrato da iniziative di carattere formativo e di valorizzazione delle competenze professionali. Con queste premesse il libro sviluppa i temi della centralità della motivazione dei collaboratori, della relazione tra capo e collaboratore, della scelta giusta delle persone nelle posizioni aziendali, degli investimenti in formazione e sviluppo. Il taglio dell'esposizione delle autrici è piuttosto didascalico ed ogni capitolo contiene diversi casi reali, che vengono commentati ad uso didattico. Il libro si conclude sottolineando l'importanza dell'auto-sviluppo (approccio all'«empowerment»), che orienta le persone a cercare la piena espressione di sé e la ricerca di nuove possibilità personali, con ricadute positive sull'azienda. Il testo consolida tesi ed esperienze già note, ma sicuramente utili per i responsabili delle pmi

*a cura di Pietro Scardillo*