

Dorika Franchini guida la società con sedi a Brescia, Milano e Roma

Sviluppo delle risorse umane? C'è Space Work tutta femminile

di Vincenzo Cristarella

“Vogliamo che l'azienda si senta accompagnata, ma anche che cresca insieme a noi. Da questo si vede se hai lavorato bene: se hai fatto crescere l'autonomia del cliente”.

Space Work, la società di Ricerca e Selezione del personale fondata nel 2000 da Dorika Franchini (di cui oggi è amministratore delegato) è costituita da 18 professioniste donne esperte in risorse umane, prevalentemente psicologhe del lavoro e dell'organizzazione. Dorika Franchini ha le idee chiare e la società che dirige ha un proprio stile; lo stile si traduce in immagini, in idee guida. Ecco un esempio: “Bisogna saper fare una ricerca in due giorni, ma con la precisione di chi ci mette un mese”. Oppure: “Ci piace presentare alle aziende candidati con cui potrebbero non solo lavorare, ma anche andare a cena dopo il lavoro”. Ancora: “Non usiamo slide, ma metafore”.

Citazioni a effetto, per mettere in evidenza la dinamicità e la professionalità con cui questa azienda si propone nel campo della consulenza, selezione, sviluppo organizzativo. Da un lato la flessibilità, dall'altro la solidità. Da un lato la creatività, dall'altro il rigore. Caratteristiche tipiche della professionalità al femminile.

Dottoressa Franchini, qual è il punto di forza della vostra azienda?

“Innanzitutto, il fatto che tutti i manager vengano dal mondo aziendale. Partiamo dal mio caso: dopo la laurea in Psicologia del Lavoro a Padova, sono stata inserita nel quar-

tier generale della Lucchini. E qui ho seguito un progetto di sviluppo delle risorse umane, che mi ha fatto girare gli stabilimenti del gruppo in tutta Italia, per intervistare i lavoratori e mettere a punto un sistema di valutazione delle competenze. All'esperienza in Lucchini ne è seguita una all'Ina-Assitalia, che mi ha dato la possibilità di approfondire la conoscenza del mondo bancario e assicurativo.



*Dorika Franchini,
Amministratore delegato della Space Work*

L'attuale presidente si è occupato per trent'anni di gestione delle risorse umane in Telecom Italia.

Ancora, nella business unit Formazione & Sviluppo organizzativo sono inseriti due senior partners che vengono dalla grande distribuzione

e dall'editoria. Insomma: il punto di forza è per noi l'esperienza aziendale. Ma allo stesso tempo è un punto di partenza, dal quale concretizzare quotidianamente dei risultati per i nostri clienti.

E qual è il vostro modo di rispondere ai clienti? Qual è il vostro stile?

Nella ricerca e selezione del personale, uno slogan che abbiamo usato molto è stato “Mettiamo in contatto chi ha molto in comune”. Cosa vuol dire questo? Che ci piace capire bene chi abbiamo davanti per trovare la persona giusta, la persona che “assomiglia” all'azienda. Il candidato che potrebbe non solo lavorare, ma bene integrarsi nella struttura che lo sta accogliendo. Questo è uno dei valori aggiunti del nostro servizio, così come il chiedere le referenze ai pregressi datori di lavoro dei candidati, la somministrazione di test psicoattitudinali, la richiesta della busta paga dei nostri candidati; questo e altro garantiscono un servizio di elevato livello qualitativo e maggiore sicurezza ai nostri clienti. Più in generale, ci interessa distinguerci dai consulenti che vogliono legare a sé l'azienda per un tempo indefinito. Noi vogliamo produrre risultati, vogliamo far sì che l'azienda migliori la sua autonomia nel processo di sviluppo delle risorse umane.

Parliamo di storia e di numeri. Come nasce e si sviluppa la vostra società?

Space Work è stata fondata nel 2000 ed è una società autorizzata dal Ministero del Lavoro all'esercizio del-



Da sinistra dietro a Dorika Franchini: Maria Francesca Magoni, Francesca Moroni, Francesca Bonari, Elisabetta Guarisco, Giulia Bonometti, Camilla Bonometti e Francesca Fulco.

l'attività di ricerca e selezione del personale. Siamo partiti con un team di tre persone e un'unica sede, quella di Brescia. Oggi siamo 18 professionisti su tre sedi (Milano e Roma, oltre a Brescia). Abbiamo un database di 67mila persone viste e selezionate in aree di competenza eterogenee, suddivise in impiegati, tecnici, quadri e dirigenti, in tutti i settori e in tutto il territorio nazionale. Inseriamo 150 candidati all'anno. E oltre alla ricerca e selezione, realizziamo interventi di formazione e sviluppo organizzativo ed annoveriamo tra i nostri clienti gruppi di notevole peso nei vari settori dell'imprenditoria ma anche del mondo professionale. Un'altra sfida affrontata con lo stile di sempre.

Nel vostro programma troviamo il titolo "Formazione e metafore", ce ne parli. Un'area in espansione, con un'attenzione particolare allo spirito di

gruppo e all'apprendimento basato sull'esperienza.

Si può insegnare lo spirito di gruppo anche con un viaggio in Antartide o una rapina al treno, simulate, ovviamente. "Metafore da applicare alla realtà aziendale" spiega Dorika Franchini. "Secondo l'insegnamento dello studioso di management David Kolb, per il quale l'apprendimento degli adulti non può che basarsi sull'esperienza".

L'area Formazione e sviluppo organizzativo è un'area emergente nella nostra attività. E, come nel caso della selezione, muove da idee non scontate: "La nostra formazione non è tecnica (con eccezioni nell'area vendite) ma comportamentale. I percorsi formativi riguardano diverse aree tematiche, dalla comunicazione al marketing, con una particolare attenzione a tutte le attività dirette a creare uno spirito di gruppo: leadership e team building, project ma-

nagement e coaching. Ultimamente stiamo lavorando molto sul *change management*, sulla gestione del passaggio generazionale. Lavoriamo sia con i singoli manager, sia con gruppi di personale ad alto potenziale da far crescere.

Il cuore metodologico restano le "metafore" e l'apprendimento basato sull'esperienza. "Si tratta di far immedesimare il soggetto in un'esperienza da cui può trarre una lezione valida per il suo lavoro. Si può partire da un caso discusso in aula, prendendo spunto da storie vere. Oppure dalla proiezione di un film. O ancora, da una rappresentazione teatrale, a cui partecipano le persone da formare. Tutto viene poi calato nella realtà aziendale, stimolando l'immaginazione, la capacità di risolvere problemi, il senso di appartenenza".

Intervista a cura di
Vincenzo Cristarella
Dottore Commercialista