

BROUVE + HOME | IN PRIMO PIANO, PEOPLE | SIRONIA SCARPALEGGA

59 views

Simona Scarpaiegga



Donna manager uguale manager a prova di recessione? In molti casi è così, secondo **Simona Scarpaiegga**, numero due di **IKEA Italia** e presidente di **Valore D**, associazione che promuove la presenza dei talenti femminili in azienda e la loro crescita in posizioni dirigenziali. «Ho riscontrato nei tratti comuni alle donne manager che costituiscono un grande valore per le aziende: il senso pratico, la capacità di lavorare in squadra, l'efficienza, il senso della realtà e del rischio calcolato», afferma la Scarpaiegga. Un profilo che sembra incontrare perfettamente le esigenze del contesto economico attuale in cui possono resistere solo quei manager «che ascoltano ed osservano con attenzione l'evolversi della società e i cambiamenti nello stile e nelle necessità di vita dei consumatori; persone che fondano sull'economia reale la crescita e la tenuta della propria azienda e sanno rischiare ma con un sano senso pratico e di responsabilità».

Dottressa Scarpaiegga, iniziamo dai suoi esordi. Innanzitutto, che studi ha fatto? Quali sono stati le sue prime esperienze professionali?
Mi sono laureata in Scienze Politiche alla LUISS di Roma e ho cominciato a lavorare alla Montedison negli anni della gestione Schimberni - durante i quali ho anche conseguito un MBA alla SDA Bocconi - occupandomi di relazioni sindacali e successivamente di sviluppo delle risorse umane. Dopo qualche anno, ho ricoperto la posizione di Direttore del personale di una società di ingegneria e impiantistica e poi, prima di approdare in IKEA, ho lavorato in una multinazionale americana di beni di largo consumo in qualità di HR Director.

L'approdo in IKEA in che anno è avvenuto? Le tappe fondamentali del suo percorso in azienda?

Sono stata assunta in IKEA nel 2000 come HR manager: allora eravamo sei punti vendita e 1500 dipendenti. Quando, nel 2004, ho cambiato posizione eravamo già 4000 e so tanti vendita (oggi siamo circa 6700 con 18 store). Sei anni fa ho manifestato il mio forte interesse ad una posizione di linea ed ho così ottenuto la responsabilità del build up e della gestione di uno dei punti vendita di Roma, che ad oggi è uno dei più importanti per IKEA Italia. Per me è stata un'esperienza estremamente formativa, perché mi ha consentito di conoscere da vicino i meccanismi chiave del nostro business e soprattutto di essere il più possibile vicina al cliente per poterne comprendere meglio esigenze e desideri. Inoltre, è stata un'esperienza umana di grande valore nella quale il rapporto con i co-workers di IKEA è più vicino, diretto e genuino. Dopo tre anni, nel 2007, sono quindi stata nominata Deputy Country Manager per IKEA Italia.

Oggi è Deputy Country Manager di Ikea Italia. Esattamente quali sono le responsabilità legate al suo ruolo aziendale? Che attività segue durante una giornata tipo?

In IKEA Italia gestisco alcuni business importanti legati alle aree principali della casa, quello delle cucine e quello dei salotti. Inoltre, seguo IKEA business, che si rivolge ai clienti per le loro attività professionali, e il business di IKEA Food. Riporto una giornata tipo: una giornata di lavoro che per me si divide in tre parti: la mattina è dedicata alle attività di vendita, il pomeriggio alle attività di sviluppo commerciale. Quando sono in ufficio analizzo i rendimenti giornaliere delle vendite, verifico con i responsabili eventuali scostamenti e correttivi, mi occupo dello sviluppo professionale dei miei collaboratori anche attraverso attività di coaching. In più ci sono le attività di rilevanza esterna, non ultima quella legata a Valore D, l'associazione di aziende che ha lo scopo di promuovere lo sviluppo di carriere delle donne nella società italiana, di cui sono Presidente.

Le doti fondamentali per eccellere nel suo lavoro? Tutti doni di natura oppure c'è qualche qualità che si può acquisire nel tempo?

Dopo tanti anni di lavoro credo che le doti fondamentali siano, oltre alla competenza, equilibrio ed empatia, non disgiunte da una forte determinazione. La competenza si acquisisce e va alimentata di continuo, l'empatia doni che è un dono di natura, la determinazione è legata spesso alla motivazione. Infine, l'equilibrio un po' è di natura un po' è "figlio" dell'esperienza.

Il modello di business di Ikea è stato definito "recession proof". In grado cioè di resistere alla crisi. A suo parere, esiste anche un modello di manager a prova di recessione? Il contesto economico attuale quali cambiamenti impone a chi, come lei, sta ai vertici dell'organizzazione?

L'offerta di IKEA è spesso "ambiziosa" - propongono prodotti funzionali, di design e a prezzi che possono permetterci la maggior parte delle persone. E' evidente, dunque, che in momenti di difficoltà economica i clienti trovano in noi un partner che li aiuta a risolvere problemi pratici con poca spesa, ma anche a soddisfare qualche desiderio senza sentirsi in colpa. I manager "a prova di recessione" sono, secondo me, persone che ascoltano ed osservano con attenzione l'evolversi della società e i cambiamenti nello stile e nelle necessità di vita dei consumatori; persone che fondano sull'economia reale la crescita e la tenuta della propria azienda e sanno rischiare ma con un sano senso pratico e di responsabilità. Il contesto economico internazionale che vede così gravi problemi travolgere Paesi e istituzioni oltre che aziende, richiede un ripensamento dei nostri modelli ed un riferimento forte alla sostenibilità. Con questo intendo un modello che eviti gli sprechi di risorse finanziarie, di risorse naturali e di talenti e che al contrario, custodisca e valorizzi le une e gli altri.

Torniamo a Valore D, che lei guida da un anno. Quali sono gli scopi di questa associazione?

Valore D ha per obiettivo la promozione della presenza dei talenti femminili in azienda e la loro crescita in posizioni di rilievo manageriale. Le principali finalità dell'associazione sono supportare le aziende nello sviluppo delle carriere delle donne, sostenere le donne nel loro percorso di crescita, creare un consenso intorno ad un comune obiettivo. Inoltre, l'associazione basa le proprie finalità sul principio della concretezza che si sostanzia nell'uso di due strumenti principali: un programma articolato su quattro filoni di attività - role model, skill building, mentoring e flessibilità - e un osservatorio per monitorare e misurare i risultati. Valore D rappresenta, dunque, un'iniziativa con caratteristiche uniche nel panorama italiano, perché è la prima associazione di aziende (non di persone), ovvero entità che si sono prese l'impegno di abbattere le barriere interne alla crescita professionale femminile nelle moderne organizzazioni. Gli AD di queste aziende si sono impegnati personalmente e pubblicamente al raggiungimento di alcuni obiettivi e alla realizzazione di alcune azioni.

Come detto, Valore D sostiene i talenti femminili nel loro percorso di crescita all'interno delle aziende. Secondo lei, sotto quale aspetto le donne manager sono migliori rispetto ai colleghi uomini? E cosa dovrebbero invidiare, invece, all'altro sesso?

PreMESSO che ogni individuo è unico, quindi ogni persona, donna o uomo che sia, dovrebbe e può esprimere al meglio caratteristiche diverse, posso dire che ho riscontrato nei tratti comuni alle donne manager che costituiscono un grande valore per le aziende: il senso pratico, la capacità di lavorare in squadra, l'efficienza, il senso della realtà e del rischio calcolato. Di contro, gli uomini possiedono la capacità di concentrarsi appieno, di focalizzarsi rispetto ad uno specifico obiettivo in questo senso in genere molto efficaci. Inoltre, hanno una maggior capacità di divertirsi. O forse le donne se lo consentono meno...

Per finire le chiediamo dei consigli a chi vuole crescere nel mondo del lavoro, a chi insegue il successo. Sia donne che uomini, ovviamente...

Siate voi stessi, costruite da voi il vostro percorso professionale arricchendo le vostre competenze, senza affidarvi a entità esterne. Cercate di fare qualcosa che vi piace: al lavoro è dedicata una parte della nostra vita, cerchiamo di renderla gradevole. Sappiate lavorare insieme agli altri e scegliete, per quanto potete, le aziende e i capi. Fidatevi di un capo donna...

Share and Enjoy:

PUBBLICATO DA REDAZIONE - VENERDÌ, 4 GIUGNO, 2010
TROVA L'ARTICOLO NELLA CATEGORIA: IN PRIMO PIANO, PEOPLE - PAROLE CHIAVE

Commenti

I commenti sono moderati e non appariranno su questo weblog fino a quando l'autore non li avrà approvati.

Nome (obbligatorio) _____
Indirizzo email (non visualizzato con i commenti) (obbligatorio) _____
Website _____
Codice CAPTCHA _____

DOMANI ARTISTI UNITI L'ADRIZZO

NEWSLETTER & CARRIERA
email _____
nome _____
cognome _____
 Autorizzo al trattamento dei miei dati ai sensi della legge sulla privacy (D.Lgs. 196/2003)

- LE INTERVISTE PIÙ LETTE
- Grafica veneta | Fabio Francosini - 3.102 views
 - Cielo Venezia 1270 | Sergio Cielo - 2.225 views
 - Riccardo Simoneschi - 2.431 views
 - Ferrarese | Adriana Pontecorvo - 2.284 views
 - Risorse Umane | Paolo Buratto - Campagnolo - 2.040 views
 - Direzione Risorse Umane | Marcello Belmonte - 2.023 views
 - Cibi | Gilberto Vandramin - 1.890 views
 - Bescoco Hotels | Raffaella Grando - 1.877 views
 - Gianmarco Gabrini, amministratore delegato | Pippo Palmiro - 1.804 views
 - Francesca Morichini - 1.675 views

PROFUMO DI CARRIERA È PRESENTE SU:



ARTICOLI MENCIONATI	ASCITOMO
• Inventari un'impresa Intervista all'autore Paolo Gila	• giugno 2010
• Duca Diego Spagnoli	• maggio 2010
• Simona Scarpaiegga	• aprile 2010
• Country Sales Manager Andrea Schneider	• marzo 2010
• Io e il capo Intervista all'autore FRANCESCO Mazzarelli	• febbraio 2010
	• gennaio 2010
	• dicembre 2009
	• novembre 2009
	• ottobre 2009
	• settembre 2009
	• giugno 2009
	• maggio 2009
	• aprile 2009
	• marzo 2009
	• febbraio 2009
	• gennaio 2009