

## **Un libro non solo per chi vuole “diventare preda”**

Il libro “Diventare preda” è il risultato di alcuni incontri organizzati dai giovani dirigenti di Federmanager Roma, e con la regia di Renato Fontana ora Coordinatore nazionale, nei mesi scorsi con alcuni head hunters. Si tratta di un libro che dà voce a quello che è il sogno di tanti manager in questi tempi non facili: il fatto di essere un manager talmente preparato da essere non solo “difendibile” (dalle crisi aziendali e dunque dai licenziamenti) ma “contendibile”, nel senso di diventare oggetto di una sorta di disputa fra più aziende che lo inseguono.

Questi manager ci sono, e sono più numerosi ora che, come sottolinea spesso Stefano Cuzzilla, il mercato delle figure manageriali ha ripreso a crescere, per quanto in misura non travolgente: la competenza paga, ma possiamo dire che non basta, se non si riesce a valorizzare il contributo distintivo che in una situazione (sfidante o critica che sia) si può portare. Questo libro è prezioso perché insegna a creare una dinamica che, come nelle teorie di marketing viene sottolineato, passa da un messaggio “push” a uno di tipo “pull”: come oggi si consiglia di non eccedere nella “spinta” su un prodotto reclamizzato in modo massivo e pressante, ma di renderlo intrigante con messaggi anche di natura collaterale, così un manager non deve eccedere nel presentismo e nel dire “sono un ottimo manager”, ma deve fare contatti selettivi e dare semplicemente l’idea di avere una soluzione per un contesto critico o di mancata potenziale crescita che un’azienda sta vivendo. In altri termini, più che muoversi in tutte le direzioni (che spesso crea frustrazione), ci si deve rendere “attraenti” al momento giusto.

Il libro però è utile anche per chi non ha l’esigenza (se inoccupato) o l’ambizione di “diventare preda”. Gli interventi degli head hunter intervistati, infatti, danno indicazioni anche su altri versanti:

- lo stile manageriale, fatto di scelte con cuore possibilmente caldo (visti i tempi) ma con una testa che deve restare fredda: guai a diventare cinici, ma una capacità analitica di tipo prospettico deve restare;
- i settori oggi in espansione, dall’ict (meglio: alcuni ambiti dell’ict) alle professioni connesse con l’ambiente, ma anche altri per i quali rinviamo al libro;
- l’idea di strategia che oggi un’impresa deve darsi, posto che la lunga crisi ha ridefinito quasi tutti i paradigmi manageriali.

E infine, ma non per importanza, il libro insegna perché “trovare lavoro è un lavoro vero e proprio”: si può sbagliare con la troppa presenza (invio cv a pioggia, commenti inflazionati sui social ecc.), ma anche con una errata strategia quando si presenta l’occasione: le opportunità vanno affrontate con metodo, e i dettagli oggi fanno la differenza.

Federico Mioni

Direttore di Federmanager Academy