



Carrefour

ELISA NACCARI

Employer branding
&
Talent Acquisition
"Carrefour"

MANAGER IN ACTION

Il progetto MiA, proposto dalla ISTUD Business School, ha come obiettivo l'analisi e la comprensione del ruolo di professionisti del settore, così da acquisire consapevolezza professionale e avere una visione più reale e completa del sistema azienda e del mercato del lavoro.

PRIMI PASSI NELLE RISORSE UMANE

Elisa Naccari si laurea in Scienze Politiche all'Università degli Studi di Messina.

Si appassiona al mondo delle Risorse Umane che, al tempo, stavano evolvendo dal retaggio di «ufficio del personale» ad una concezione più approfondita e moderna. Convinta della strada che vuole intraprendere, inizia la sua avventura: si trasferisce a Stresa per frequentare il **Master della ISTUD Business School**.

Al termine del Master, inizia lo **stage in Mondadori** nel ruolo di HR Assistant. Elisa ha la fortuna di approdare negli anni più floridi dell'azienda, immersa in tanti progetti e innumerevoli opportunità, date le basi solide costruitesi negli anni. Infatti, confermato il periodo di stage, le viene attribuito un ruolo inizialmente più trasversale, focalizzato sui processi di selezione, formazione e sviluppo, sino ad arrivare alla **responsabilità di una business unit** nel mondo retail.

LA CRESCITA PROFESSIONALE

Nel 2007, un *headhunter* la contatta per proporle un ruolo professionale all'interno di **Sephora**.

In quegli anni, l'azienda era in una fase di trasformazione del *brand*, non vantava il prestigio e la notorietà che ha raggiunto negli ultimi anni. Elisa racconta di essere in cerca di una **nuova sfida** ed è proprio il progetto in atto ad affascinarla e a convincerla ad accettare, nonostante in molti le scongiassero di lasciare un ruolo sicuro e stabile come quello che si era conquistata in Mondadori.

Ad oggi, la scelta di accettare si è rivelata vincente; infatti, Elisa rimane in Sephora per ben 11 anni ed ha l'opportunità di vedere molte delle fasi di trasformazione che sono avvenute all'interno dell'azienda: dal riconoscimento del brand, al cambiamento manageriale fino al successivo consolidamento.

Anche in quest'azienda si cimenta in più ambiti: dal **Recruiting**, all'**Employer Branding** sino al **Development&Succession planning** e ottiene l'ambito ruolo professionale di **HR Manager**.

L'APPRODO IN CARREFOUR

Nel 2017 si presenta l'opportunità di lavorare in **Carrefour** e, anche questa volta, il progetto in corso risulta molto avvincente: costruire il mondo dell'*Employer Branding* e portare aria di novità nell'ambito della selezione del personale. È proprio questo piano di sviluppo innovativo, unito alle caratteristiche dinamiche del mondo della GDO che ben si coniugano con l'*imprintig* personale e professionale di Elisa, a persuaderla nell'accettare questa sfida.

Inizia così il suo percorso nella grande distribuzione nel ruolo di ***Employer Branding & Talent Acquisition***.

In tale posizione, ricoperta da ormai 3 anni, Elisa gestisce la selezione in termini di processo e di strumenti, è responsabile delle relazioni con le università e le Business School, definisce i budget e i costi dei numerosi processi da lei gestiti.



EMPLOYER BRANDING

L'*Employer Branding* è una strategia che richiede molti anni e investimenti ingenti. Come la letteratura insegna, per delle buone pratiche di *Employer Branding* bisogna andare a presidiare tutti i *touchpoint* della *candidate experience*, dalla selezione, all'inserimento, al monitoraggio di quello che diventa il neo-assunto. In Carrefour, il primo lavoro effettuato da Elisa e dal resto del team, è stato disegnare l'**Employer Value Proposition**, dalla quale si sono costruiti i valori da voler trasmettere all'esterno.

Tra gli elementi principali nello sviluppo del progetto vi è l'attenzione a una costruzione di rapporti costanti e continuativi con le università e le scuole di secondo livello, presidiando i *career day* e gli eventi inerenti la popolazione studentesca. Purtroppo, bisogna ricordare come ancora oggi lo scambio tra la realtà professionale e quella scolastica non sia ben intrecciato, sebbene molte aziende cerchino di colmare questa distanza. Un altro punto di forza della comunicazione di Carrefour è l'utilizzo strategico dei social media, in particolare di LinkedIn. La comunicazione è più trasversale, si utilizza lo **storytelling**: far capire il modo di vivere in Carrefour attraverso il racconto di persone che vivono all'interno.

DIGITAL RECRUITING & ONBOARDING

Con l'avvento della pandemia il settore della GDO, così come molti altri, si è dovuto completamente riorganizzare. Elisa spiega come questo evento abbia avuto un forte impatto sul business, ma non sulla funzione HR. Fortunatamente, era già stato avviato un processo di digitalizzazione sulla parte del *recruiting* e, conseguentemente, dell'*onboarding* dei candidati.

La fiducia è stata la forza trainante del processo. Il cosiddetto **human touch**, sebbene virtuale, è stato ancora più pervasivo rispetto alle condizioni normali.

CONSIGLI AGLI STUDENTI

"Il consiglio che do sempre è quello di essere curiosi, capire cosa si vuole fare e cosa non si vuole fare. Inoltre, è importante avere la pazienza di aspettare i momenti: ci sono dei tempi fisiologici che devono essere rispettati per conoscere a fondo il mestiere, creare il proprio know-how e la propria esperienza."