



CampusMentis

FAI CRESCERE IL TALENTO

Book Edizione 2010

UN PROGETTO DEL



REALIZZATO DA



CENTRO DI RICERCA
IMPRESAPIENS

SAPIENZA
UNIVERSITÀ DI ROMA

CON L'ALTO PATRONATO DELLA PRESIDENZA
DELLA REPUBBLICA



1861 > 2011 >>
150° anniversario Unità d'Italia



UN PROGETTO DEL



REALIZZATO DA

CENTRO DI RICERCA
IMPRESAPIENS



CON L'ALTO PATRONATO DELLA PRESIDENZA
DELLA REPUBBLICA



1861 > 2011 > >
150° anniversario Unità d'Italia

Book Edizione 2010



" Agli stupidi non capita mai
di pensare che meritino
la loro fortuna communitaria
di pari passo.
Sappiatevi raccontare, perché
qui c'è qualcosa di spesso os-
cureggiante.
In bocca al lupo eccellenze!
GPM

Giorgia Meloni
Ministro della Gioventù

PREFAZIONI

Giorgia Meloni, Ministro della Gioventù	12
Luigi Frati, Magnifico Rettore della Sapienza Università di Roma	13
Fabrizio D'Ascenzo, Direttore del Centro di Ricerca della Sapienza Impresapiens	14
Andrea Rocchi, Coordinatore Campus Mentis	15

PROGETTO EDIZIONE 2010

STRUTTURA DEL PROGETTO

PROCESSO di RECRUITING	18
FORMAZIONE	19
ATTIVITA'	20
PROGRAMMA SETTIMANALE	21
PLACEMENT	21

VIVERE CAMPUS MENTIS

CERIMONIE di APERTURA	22
CONFERENZE e SEMINARI	29
COCKTAIL INTERVIEW	34
CORSI di GUIDA SICURA	36
CORSI di GALATEO DEL BUSINESS	38
ATTIVITA' SPORTIVE	40
HAPPENING SERALI	44

BRUXELLES: i MIGLIORI fra le ECCELLENZE

I TALENTI IN VISITA AL PARLAMENTO EUROPEO	48
DAL PARLAMENTO EUROPEO	48
PREMIAZIONE	50

COMUNICAZIONE E VISIBILITA'

CAMPAGNA PUBBLICITARIA	54
VISIBILITA' IN LOCO	54
SITO WEB	55
ATTIVITA' di UFFICIO STAMPA	55
RASSEGNA STAMPA	56

CREDERE NEL PROGETTO

PATROCINI

Presidenza della Repubblica	60
UPI - Unione Province d'Italia	60
Regione Veneto	60
Comune di Roma	61
Forum Nazionale dei Giovani	61

PARTNER

Main Partner - Gruppo Cegos	62
Valorizzare i talenti di D. Zimbalatti, A.D. Cegos Italia Spa	62
Cegos Search Italia	63
Communication and Event Partner - Alphaomega	65
Campus Mentis: <i>Best Practice</i> italiana di A. Cassone, Partner di Alphaomega	65
Alphaomega	66
Outdoor partner - Opes	68

MEDIA PARTNER

LabItalia (Adnkronos)	69
Sole 24 ore	70

JOB PARTNER

Careerbuilder	71
Gi Group	72
Monster.it	73
Tempor	74

AZIENDE PARTECIPANTI

Accenture	75
ALD Automotive	76
Alitalia	77
Allergan	78
Athena	79
Autogrill	80
Averna (Gruppo)	81
BAT - British American Tobacco	82
BAT - British American Tobacco	83
Birra Peroni	84
BNL	85
Bocchino	86
CAT	87
Chimec	88
CNR - Consiglio Nazionale delle Ricerche	89

Coca Cola HBC	90
Daiichi-Sankyo	91
Deloitte	92
Dexia	93
Difesa e Forze Armate	94
Etica Si	95
Exprivia	96
Ferrovie dello Stato	97
Fiorucci	98
Gewiss	99
GN Re Sound	100
Haworth	101
Ikea	102
Imperial Tobacco	103
Indesit	104
Leroy Merlin	105
Luxottica	106
Mc Donald's	107
Mediamarket	108
Microsoft	109
Nissan	110
P&G	111
Palombini	112
Parmon	113
Pirelli	114
Sandvik	115
SDA Express Courier	116
Sibeg	117
Smiths Medical	118
SP - Salerno Packaging	119
Telethon	120
Unicef	121
Unilever	122
Veratour	123
Virtual Meeting	124

DICONO DI NOI...

I PARTECIPANTI	128
LE AZIENDE	134

PREFAZIONI

Giorgia Meloni, Ministro della Gioventù	12
Luigi Frati, Magnifico Rettore della Sapienza Università di Roma	13
Fabrizio D'Ascenzo, Direttore del Centro di Ricerca della Sapienza Impresapiens	14
Andrea Rocchi, Coordinatore Campus Mentis	15

I recenti dati sull'occupazione raccontano la storia di una crisi economica che impatta duramente sui giovani, anelli più deboli della catena produttiva.

Se non vogliamo fare semplice demagogia, dobbiamo però considerare che i danni della crisi si sommano a quelli storici del Sistema Italia, figlio di una politica che per decenni ha preferito scaricare i debiti sul futuro.

Per parlar chiaro e fare solo un esempio, il blocco delle assunzioni pubbliche non dipende dalla crisi congiunturale, ma dal collasso del sistema che fino a tutti gli anni '80 è stato riempito fino alla saturazione da assunzioni clientelari. Perciò i giovani oggi non pagano solo il conto della crisi attuale, ma le conseguenze di danni creati negli anni passati da una politica che pensava solo al presente.

I problemi che abbiamo ereditato non si risolvono con la bacchetta magica, ma rivoltando come un calzino un sistema che non si tiene più.

Si risolvono avendo il coraggio di riformare profondamente il mondo dell'istruzione e dell'università in modo da ricostruire un sistema che premi il merito.

Si risolvono cercando di costruire l'eguaglianza nei punti di partenza e non di arrivo, impegnandosi a garantire prima di tutto il diritto allo studio.

Si risolvono anche adeguando gli strumenti a un mondo del lavoro che cambia.

Da parte del Dipartimento della Gioventù c'è l'impegno continuo nel promuovere ogni mezzo che possa garantire un aumento dell'occupabilità dei ragazzi. Proprio con il progetto "Campus Mentis" abbiamo scelto di lavorare al fianco delle università per offrire ai migliori laureati d'Italia l'occasione, che spesso manca, per entrare in contatto con le più grandi aziende che operano sul territorio nazionale. La nostra formula, sperimentata lo scorso anno con il "Global Village Campus", ha dimostrato di funzionare, palesando anche ai più scettici che costruire un ponte efficace tra università e mondo del lavoro è possibile, e che i nostri atenei sfornano ogni anno giovani talenti in grado di dare un contributo inestimabile al sistema-Italia.

Abbiamo tracciato un solco, e intendiamo proseguire su questo cammino ampliando il più possibile l'esperienza per portare alla ribalta dei "cacciatori di teste" oltre 20.000 giovani neolaureati. Vogliamo garantire ai giovani italiani l'opportunità di mettersi in mostra, sicuri che sapranno dimostrare tutto il loro valore.

Giorgia Meloni
Ministro della Gioventù

Dopo il successo dell'esperienza pilota del Global Village (settembre-ottobre 2009) il Ministro della Gioventù, On. Giorgia Meloni e la Sapienza, attraverso il Centro di Ricerca della Sapienza, hanno scelto di dare continuità al progetto iniziale, organizzando nell'autunno 2010 una nuova edizione, che si è concretizzata nell'evento Campus Mentis.

La formula è stata estesa a livello nazionale, con tre campus residenziali a Pomezia per il Centro Italia, a Catania per il Sud e ad Abano Terme per il Nord.

Oltre 1.500 giovani laureati di tutti gli atenei italiani, selezionati in base a criteri di merito, hanno avuto l'opportunità di incontrare importanti aziende di tutti i settori, di mettere alla prova le proprie competenze rispetto alle reali esigenze del mercato del lavoro, di condividere e scambiare esperienze con altri giovani. Per numerosi di loro, Campus Mentis ha rappresentato un'occasione concreta di placement per la prima occupazione e i migliori sono stati segnalati per i premi legati all'evento.

Anche il bilancio del secondo anno è stato estremamente positivo.

Per la Sapienza partecipare a questa iniziativa significa lavorare integrando il contesto universitario e le proprie attività istituzionali di ricerca e didattica, con la costruzione di reti che aiutino i giovani a trovare sbocchi lavorativi adeguati dopo gli studi. Ciò è pienamente coerente con la funzione di ascensore sociale che la Sapienza vuole avere nei confronti dei suoi studenti e che l'Università in generale deve rappresentare.

L'accento posto sull'eccellenza e sulla promozione di competenze e talenti che caratterizza il progetto Campus Mentis è anch'esso pienamente condiviso dal nostro Ateneo; negli ultimi due anni abbiamo puntato sulla meritocrazia, adottando a settembre 2010 un nuovo Statuto che sottopone le strutture della Sapienza, i docenti e gli stessi studenti a un processo di valutazione che premia concretamente l'impegno e i risultati. Su questo abbiamo trovato piena sintonia con gli indirizzi del Dipartimento della Gioventù e su queste basi abbiamo potuto costruire il progetto comune Campus Mentis.

Luigi Frati
Magnifico Rettore della Sapienza Università di Roma

Campus Mentis 2010 è un progetto voluto dal Dipartimento della Gioventù e realizzato dal Centro di Ricerca della Sapienza Impresapiens che raccoglie l'eredità dei positivi risultati ottenuti con il Global Village Campus 2009.

Rispetto a quest'ultimo, da considerarsi una vera novità nel panorama del placement, Campus Mentis 2010 ha allargato il proprio ambito di riferimento sia in termini territoriali che temporali. Durante le otto settimane di svolgimento del progetto, 1500 ragazzi hanno partecipato ad una esperienza unica di formazione, orientamento e incontro con le più importanti aziende italiane ed estere.

Le sedi che hanno ospitato le tappe di Campus Mentis 2010 sono state tre: Pomezia (come per Global Village 2009), dal 25 Ottobre al 19 Novembre, Catania dal 22 Novembre al 4 Dicembre e Abano Terme (PD) dal 5 al 17 Dicembre. Non da ultimo, Campus Mentis ha assunto un respiro internazionale con una importante estensione su Bruxelles dove si è potuta tenere la premiazione dei 16 migliori talenti dell'edizione 2010 ed una visita al Parlamento Europeo in modo da potere mostrare le interessanti opportunità che possono provenire dal lavorare in tale prestigiosa sede.

Campus Mentis ha rappresentato e continua ad essere una occasione per misurarsi in attività formative classiche, come i seminari in aula, e più innovative, a cura delle stesse aziende partecipanti, come i cocktail interview, gli assessment e lo svolgimento di business case. Il progetto non vuole rappresentare la "formula magica" per trovare lavoro ma cerca di offrire una opportunità in più ai giovani di tutta Italia in modo da consentire loro di venire a contatto con i responsabili delle aziende che direttamente effettuano i processi di selezione.

L'iniziativa è prova della possibilità di potere correttamente avvicinare soggetti che non sempre si trovano a dialogare tra loro: lo Stato, grazie all'impulso e sostegno del Ministro della Gioventù, l'Università, come soggetto organizzatore dell'iniziativa ed interessato a fornire una ulteriore possibilità ai suoi laureati, le Aziende, come destinatarie di un servizio di selezione ed interessate ad avere a disposizione giovani di qualità.

Campus Mentis ha, inoltre, una duplice valenza: è un servizio destinato ai giovani neo laureati ed è un progetto di ricerca finalizzato alla verifica delle possibilità di creare un modello che possa essere replicabile a livello nazionale. Nell'ambito del progetto di ricerca si sta realizzando una rilevazione delle opinioni dei partecipanti la quale verrà poi inclusa in una pubblicazione scientifica di prossima realizzazione.

La soddisfazione espressa dai partecipanti in termini di importante ed innovativa occasione di entrare in contatto con le aziende ed i lusinghieri commenti provenienti dalle aziende stesse, che hanno lodato l'iniziativa come un evento unico nel suo genere in grado di guidare correttamente i giovani nella scelta del loro futuro lavorativo, ci convincono sempre di più di avere imboccato la giusta strada per offrire un corretto orientamento al lavoro e ci forniscono la consapevolezza di stare svolgendo bene il nostro lavoro.

Fabrizio D'Ascenzo
Direttore del Centro di Ricerca della Sapienza Impresapiens

L'esperienza di Campus Mentis, come accaduto già per il progetto Global Village Campus, ha permesso a tutti gli organizzatori, le istituzioni e i vari partners di acquisire la consapevolezza dell'importanza di tali servizi diretti sia ai giovani sia alle aziende partecipanti.

In un periodo di grande crisi come l'attuale, dove la disoccupazione raggiunge livelli inaccettabili - in particolare quella giovanile, la necessità di creare ponti e collegamenti tra chi cerca lavoro e chi lo offre risulta ancora più importante. Facilitare i cosiddetti processi di matching è quindi un obiettivo a cui tutte le istituzioni che hanno a cuore il welfare dei propri cittadini dovrebbero mirare.

Ovviamente il dramma di una profonda crisi non si risolve solo facilitando l'incontro domanda e offerta ma risulta altresì indispensabile che i giovani possano riporre ancora certezze nel proprio futuro e quindi tornare a credere e non solo a sperare in un posto fisso o quanto altro.

Meglio ancora se questa speranza viene loro trasmessa direttamente da chi lavora in grandi organizzazioni e riveste ruoli importanti che possano testimoniare che ogni crisi ha comunque una sua fine e che prima o poi ritorna la crescita. Senza mai perdere speranza e lucidità nel proprio agire.

In questo Campus Mentis al di là dei risultati numerici ha saputo trasmettere fiducia e continuerà a farlo con il contributo di importanti players del mercato del lavoro, delle più importanti istituzioni nazionali ed europee nonché delle aziende e multinazionali che hanno creduto fin dall'inizio in questa entusiasmante avventura.

Andrea Rocchi
Coordinatore Campus Mentis



PROGETTO EDIZIONE 2010

STRUTTURA DEL PROGETTO

PROCESSO di RECRUITING	18
FORMAZIONE	19
ATTIVITA'	20
PROGRAMMA SETTIMANALE	21
PLACEMENT	21

VIVERE CAMPUS MENTIS

CERIMONIE di APERTURA	22
CONFERENZE e SEMINARI	29
COCKTAIL INTERVIEW	34
CORSI di GUIDA SICURA	36
CORSI di GALATEO DEL BUSINESS	38
ATTIVITA' SPORTIVE	40
HAPPENING SERALI	44

PROCESSO di RECRUITING

Il progetto Campus Mentis nasce dalla positiva esperienza del Global Village Campus, con lo scopo di mettere in contatto 1500 giovani neolaureati con il mondo del lavoro durante le 8 settimane di durata e presso le location di Roma, Catania e Abano Terme (PD).

Per favorire gli obiettivi del progetto, i partecipanti hanno dovuto presentare i seguenti requisiti:

- Giovani di età inferiore ai 29 anni
- Provenienti da tutti gli atenei italiani
- Laurea magistrale ottenuta nel 2008/2009, senza esclusione di indirizzo di studi
- Votazione ai massimi livelli
- Matching fra voto di laurea ed anni di frequenza
- Proattività nell'invio della candidatura
- Abilità relazionali e comunicative
- Ottima conoscenza della lingua inglese

Al fine di ricercare questi potenziali candidati è stata strutturata una comunicazione integrata attraverso la realizzazione di una piattaforma web collegata al sito www.cegos-search.it, a cui i candidati hanno potuto inviare la propria candidatura, un messaggio costruito ad hoc e diffuso attraverso annunci pubblicati sui principali portali di recruiting italiani e su quotidiani, la creazione di una pagina dedicata su Facebook e la realizzazione e la diffusione di volantini promozionali nelle principali università italiane.

Sulla base dei requisiti definiti sono arrivati in risposta alla campagna di comunicazione oltre 21.000 cv, di cui 2.800 sono risultati in linea con il profilo ricercato dopo un primo screening.

Fino ad arrivare all'avvio della manifestazione a 1.500 giovani uniti dalla motivazione comune di realizzazione nel mondo del lavoro, secondo le proprie attitudini.

Formazione Indoor

La formazione all'interno del progetto Campus Mentis è stata inserita con la finalità per i partecipanti di perfezionare e di apprendere tecniche utili ad affrontare al meglio situazioni che si potrebbero presentare in azienda; allo stesso tempo per le aziende la formazione è stata un'ulteriore elemento di valutazione in aggiunta ai classici momenti di selezione.

Le tematiche affrontate sono state career coaching, simulazioni di colloqui ed assessment, attività istituzionali, lezioni a Guida Sicura, Business English e CV Guidance comprendente anche il modulo di studio e lavoro all'estero erogati direttamente da qualificati formatori ed esperti di orientamento e mobilità europea.

Formazione Outdoor

Accanto ai processi formativi tradizionali sono stati inseriti programmi di formazione esperienziale utili a valutare tutte le componenti psicoattitudinali dei candidati perché l'esperienza di Campus deve saper tradurre tutto in elementi conosciuti del ragazzo e del potenziale dello stesso.

Il mondo del lavoro, infatti, può essere considerato come un grande campo di gioco in cui diventa decisivo vincere la partita per far fronte a un mercato sempre più complesso e competitivo.

Da qui l'idea di integrare le attività in aula con la pratica sul "campo", utilizzando lo sport come momento di formazione.

Con l'aula, infatti, l'obiettivo è stato quello di valutare le capacità individuali del partecipante, i suoi punti di forza e quelli di debolezza.

Con l'attività on the field, invece, il singolo ha lasciato il posto al gruppo, così come differenti sono le competenze che sono state acquisite.

Opening Ceremony

Ovvero una cerimonia di apertura, ripetuta settimanalmente, con interventi istituzionali da parte del Dipartimento della Gioventù e della Sapienza.

Conference

Spazi di confronto con esponenti del mondo del lavoro e delle istituzioni sul mercato del lavoro, dei giovani, dello sport e sulle nuove opportunità nonché in merito a temi di interesse particolare per il target.

Company Workshop

Presentazioni aziendali in momenti esclusivi dove allo stesso tempo illustrare le professionalità ricercate, gli obiettivi aziendali, l'etica aziendale, ecc.

Cocktail Interview

Momenti colloquiali dove i ragazzi, previo appuntamento, incontrano individualmente le aziende all'interno di colloqui informali volti a mettere i candidati il più possibile in condizione di far emergere la propria spontaneità ed il proprio naturale modo di essere.

Introduction to the Job

Approfondimenti sul mercato del lavoro, sui settori in crescita e sulle forme contrattuali offerte.

Closing Ceremony

Cerimonia di chiusura con consegna degli attestati di partecipazione e premiazione dei ragazzi che si sono distinti all'interno del periodo di permanenza.

Tutte le attività sopra descritte si sono svolte settimanalmente secondo il programma sotto riportato, che ha incluso anche varie attività sportive e momenti di aggregazione in occasione di happening serali organizzati ad hoc.

Di seguito lo schema di una "settimana tipo":

	Lunedì	Martedì	Mercoledì	Giovedì	Venerdì		
9.15 - 9.30		Briefing		Briefing			
9.30 - 10.00	Opening Ceremony	Exclusive Area	Introduction to the Job	Exclusive Area	Company Workshop		
10.00 - 10.30						Company Workshop	
10.30 - 10.45						Break	
10.45 - 11.15					Institutional Moment		Company Workshop
11.15 - 11.45							Company Workshop
11.45 - 12.00						Conference	
12.00 - 12.30					Company Workshop		
12.30 - 14.00	Break						
14.00 - 14.30	Company Workshop	Company Workshop	Open Day	Company Workshop	Cocktail Interview		
14.30 - 15.00	Company Workshop	Company Workshop		Company Workshop			
15.00 - 15.20	Break			Break			
15.20 - 15.50	Company Workshop	Company Workshop		Company Workshop			
15.50 - 16.20	Company Workshop	Company Workshop		Company Workshop	Closing Ceremony		
16.20 - 16.30	Break			Break			
16.30 - 17.00	Company Workshop	Company Workshop		Company Workshop			
17.00 - 17.30	Cocktail Interview				Cocktail Interview		
17.30 - 19.00							
19.00 - 20.00	Attività Sportive						

Terminato il Campus Mentis, è subito iniziata la fase di concretizzazione dei contatti avviati tra neolaureati ed aziende durante i due mesi del campus, attraverso la migliore definizione delle esigenze di posizioni da ricoprire o di attività formative e di apprendimento con stage finalizzati alla esplicitazione delle potenzialità dei giovani.

Tutte le aziende presenti al campus hanno iniziato ad inviare ai ragazzi partecipanti offerte per le posizioni vacanti, al fine di valorizzare questi giovani potenziali.

CERIMONIE di APERTURA

L'inaugurazione dell'Edizione 2010 di Campus Mentis, così come l'avvio di ogni nuova tappa a Catania e Abano Terme, sono state scandite da altrettante cerimonie d'apertura ufficiali con la partecipazione di Istituzioni, Autorità locali e giornalisti:

25 ottobre 2010 - Inaugurazione Campus Mentis Edizione 2010

Alle ore 10,30, presso il Campus Selva dei Pini di Pomezia, alla presenza del Ministro della Gioventù Giorgia Meloni, del Direttore del Centro di Ricerca della Sapienza Impresapiens Fabrizio D'Ascenzo e del Coordinatore progetto Campus Mentis 2010 Andrea Rocchi.

22 novembre 2010 – Inaugurazione Campus Mentis Catania

Alle ore 10,30, presso il Campus del CUS – Centro Sportivo Universitario, con la partecipazione del Presidente della Provincia di Catania Giuseppe Castiglione, del Rettore dell'Università di Catania Antonino Recca, del Direttore del Centro di Ricerca della Sapienza Impresapiens Fabrizio D'Ascenzo, del parlamentare regionale Salvo Pogliese e del Presidente Gruppo Giovani Industriali di Catania Silvio Ontario.

06 dicembre 2010 – Inaugurazione Campus Mentis Abano terme

Alle ore 10,30, presso l'hotel Alexander Palace di Abano terme (PD), alla presenza del Direttore del Centro di Ricerca della Sapienza Impresapiens Fabrizio D'Ascenzo e dell'Assessore alla Sicurezza e Immigrazione della Provincia di Padova Enrico Pavanetto.









Parte significativa delle attività di formazione sono state le conferenze ed i seminari, organizzati in collaborazione con alcune delle società che hanno partecipato al progetto, sui temi "giovani, sport e lavoro", con sessioni tematiche a cui sono intervenuti rappresentanti del mondo aziendale e delle istituzioni.

27 ottobre 2010 - Pomezia - I giovani: dalla formazione al lavoro

Sono intervenuti l'Assessore del Comune di Roma Laura Marsilio, il Dr. Bocchieri, Vice Presidente di Assolavoro, il Dr. Alessandro Stirpe dell'Assessorato del Lavoro della Regione Lazio, il Dr. Tomasi Direttore business di Gi Group, promotrice della conferenza. Moderatrice: Serena Uccello de Il Sole 24 Ore.

27 ottobre 2010 - Pomezia - Il nuovo mercato del lavoro in Italia: gli attori, le dinamiche, i profili più richiesti

Seminario con il Dott. Emilio Luongo di Green Energy, la Dr.ssa Cristina Uliano di International Power e la Dr.ssa Cristina Angelini di Ges.

03 novembre 2010 - Pomezia - Generazione Erasmus

Si è parlato di giovani e mobilità europea nella conferenza promossa da Cegos Italia, presieduta dall'A.D. Domenico Zimbalatti, con gli interventi del Dott. Andrea Rocchi, esperto di mobilità, e l'Europarlamentare On. Marco Scurria (PPE) e del Dr. Stefano Colasanti, Direttore di BNL. Moderata da Andrea Marini de Il Sole 24 Ore, si è conclusa con l'intervento di Paolo Petrecca di Rai News 24 ed esponenti del mondo dell'imprenditoria.

10 novembre 2010 - Pomezia - I giovani, la comunicazione e i media

La conferenza, coordinata dal Prof. Fabrizio D'Ascenzo, Direttore del Centro di Ricerca della Sapienza Impresapiens, è stata moderata dal giornalista Andrea Gagliardi de Il Sole 24 Ore ed ha visto la partecipazione di esponenti politici ed esperti in comunicazione tra i quali l'On. Fabio Rampelli (Pdl), il Prof. Mario Morcellini, Preside della Facoltà di Scienze della Comunicazione dell'Università Sapienza di Roma e il Dott. Gaetano Vancheri, Marketing Specialist di Monster Italia, promotrice della conferenza. In conclusione, 15 minuti con Giampaolo Rossi presidente di RaiNet.

10 novembre 2010 - Pomezia - Il mondo atipico dopo la crisi

Seminario. Sono intervenuti la Dr.ssa Silvia degli Innocenti, Segretario Nazionale Felsa e Maurizio Millico, Area Manager di Gi Group.

17 novembre 2010 - Pomezia - I giovani, futuro e previdenza

Conferenza di chiusura presso il campus di Pomezia, promossa da Tempor, ha visto il coinvolgimento dell'A.D. Francesco Gordiani di Tempor SpA, del Segretario Generale di ManagerItalia, Massimo Fiaschi, del Consigliere della Regione Lazio, On. Chiara Colosimo, del Direttore INPS della Regione Lazio, Gabriella De Michele e del Responsabile del CPO UIL, Massimo Servello. A coordinare il dibattito, moderato dalla giornalista Serena Uccello de Il Sole 24 Ore, il Prof. Fabrizio D'Ascenzo, Direttore del Centro di Ricerca della Sapienza Impresapiens. In conclusione, 15 minuti con Nevio Bianchi esperto de Il Sole 24 Ore.

17 novembre 2010 - Pomezia - Professional social media: come accreditarsi nel nuovo mercato del lavoro: il caso LinkedIn

Seminario tenuto dal Dott. Giuseppe Guerra di LinkedIn.

24 novembre 2010 - Catania - I giovani, lo sport e la competizione

La prima giornata di conference al campus di Catania ha visto al tavolo relatori: Ignazzo Russo, Consigliere Nazionale FIDAL; Enzo Falzone, Presidente Regionale Fipav-Federazione Italiana Pallavolo; Pippo Crisafulli Presidente del Comitato provinciale Coni di Catania; Orazio Arancio, Consigliere Nazionale Coni e Luigi Mazzone, olimpionico di scherma. Moderatore il giornalista Nino Amadore de Il Sole 24 ore.

24 novembre 2010 - Catania - Il nuovo mercato del lavoro in Italia: gli attori, le dinamiche, i profili più richiesti

Seminario tenuto da Salvatore Moncada.

30 novembre 2010 - Catania - Incontro con i giovani talenti

Agli incontri etnei tra i giovani partecipanti e le aziende ospite d'eccezione il Dottor Andrea Fantoma, Capo Dipartimento della Gioventù, in rappresentanza del Ministro Meloni. Fantoma, accompagnato da Fabrizio D'Ascenzo, Direttore del Centro di Ricerca della Sapienza Impresapiens, ha visitato il Campus Mentis di Catania portando un saluto istituzionale al "villaggio". In mattinata gradito ospite di Campus Mentis il Sindaco di Catania, Sen. Raffaele Stancanelli.

01 dicembre 2010 - Catania - Giovani, aziende e Innovazione

Questo il tema che ha chiuso l'ultima giornata etnea di dibattito, moderato dal giornalista Orazio Vecchio, collaboratore de Il Sole 24 Ore, ospiti il Prof. Marco Romano, docente della Facoltà di Economia presso l'università di Catania e direttore del Parco Scientifico e Tecnologico, la D.ssa Giuseppina Neri, dirigente della Polizia Scientifica e il Dott. AntonGiulio Bua, dirigente della Fondazione Civica di Milano.

15 dicembre 2010 - Abano - I giovani e le sfide

Chiusura in grande stile per le conferenze di Campus Mentis 2010, con la partecipazione di Giorgio Santarello del Dipartimento Lavoro e Formazione della Provincia di Padova, di Michele Pelloso, Dirigente Regionale Direzione Industria e del Direttore del Centro di Ricerca della Sapienza Impresapiens, Fabrizio D'Ascenzo. Moderatore: Lorenzo Bianco.

15 dicembre 2010 - Abano Terme - Il nuovo mercato del lavoro in Italia: gli attori, le dinamiche, i profili più richiesti

Seminario tenuto dal Dott. Emilio Luongo di Terme Green energy.







In linea con l'impegno del Dipartimento della Gioventù per favorire nei giovani un comportamento responsabile al volante, sono state inserite in programma attività dedicate alla guida sicura in collaborazione con il Centro Internazionale Guida Sicura, fondato e gestito da Andrea de Adamich con il contributo del suo staff, struttura leader nel settore dei corsi e delle attività dinamiche legate alla sicurezza al volante e della Guida Sicura.

Le attività dinamiche sono basate fondamentalmente sul valore della persona: l'uomo al volante è la parte principale dell'automobile, per quanto evoluta e tecnologica essa sia, ed i suoi comportamenti alla guida fanno la differenza tra sicurezza e pericolo.

Su tali premesse le sessioni teoriche tenute da Andrea de Adamich ed Alex Fiorio (uno degli istruttori storici del Centro stesso, con un palmares sportivo di livello internazionale), hanno approfondito i seguenti temi:

- concetto di guida sicura e sicurezza al volante, ove la qualità e lo stile di guida uniti al buon senso, al rispetto delle regole ed alla concentrazione, aumentano i margini di sicurezza;
- approfondimenti sulla cultura della sicurezza stradale, da promuovere sin dalle scuole inferiori per arrivare ai neopatentati che per la prima volta affrontano la strada da soli, e proseguire con chi usa la macchina con frequenza e soprattutto come strumento di lavoro;
- proiezione di slide esplicative riguardo gli aspetti didattici e formativi della Guida Sicura dinamica e non solo statica (traiettorie sicure, uso dello sterzo, freno, acceleratore, ecc.).

E' stato altresì affrontato il tema dei comportamenti dinamici della vettura, le corrispondenti azioni corrette del guidatore, le procedure per affrontare con sicurezza emergenze e imprevisti, il saper rimediare ai propri errori.

I vari interventi si sono sempre conclusi con un dibattito con i partecipanti, basato su interessanti e motivate domande-risposte. A tutti i partecipanti è stato fatto omaggio di un manuale di guida sicura.



Alex Fiorio

Nato a Torino nel 1965, è docente-Istruttore di Guida Dorado C.I.G.S. dal 1992 per i Corsi Guida Sicura e Professionale, Guida Veloce Master GT Maserati e Guida Sportiva Pilota Ferrari. Istruttore di Guida qualificato in base alla procedura Sistema Qualità EN ISO 9001, ha un palmarès ricco di titoli nazionali e internazionali, con la vittoria del Campionato Italiano Rally Trofeo Uno nel 1985, il Campionato del Mondo Rally Gr. nel 1987 e numerose partecipazioni ai campionati italiani ed europei alla guida di Lancia, BMW, Ford e Mitsubishi. Nel 2001 è di nuovo Campione Italiano Assoluto Rally e Campione Italiano Rally Terra, successi bissati nel 2003 e 2005.



Andrea de Adamich

Nato a Trieste nel 1941, prima milanese e poi parmense di adozione, gravita nello sport automobilistico a livello professionale dal 1962 al 1974, anno del ritiro dall'attività, collezionando i titoli di Campione Italiano F3 nel 1965 con Brabham, Campione Europeo Turismo nel 1966 e 1967 con Alfa Romeo GTA, Campione Temporada Argentina nel 1968 con Ferrari F2 e Campione Italiano Assoluto nel 1972 e nel 1974 con Alfa Romeo. Nello stesso periodo è pilota ufficiale Turismo e Mondiale Prototipi Alfa Romeo e nel 1967 debutta in Formula 1 con la Ferrari. Nel 1970 partecipa al Campionato mondiale di F1 al volante di una McLaren motorizzata Alfa Romeo e prosegue la sua carriera nel circus automobilistico più prestigioso alla guida della Surtees nel 1972 e della Brabham nel 1973.

Abbandonata l'attività sportiva diventa apprezzato giornalista del settore. A partire dal 1978 gli viene affidata la trasmissione sportiva Grand Prix su Italia 1, di cui è ancora il conduttore. Andrea de Adamich è inoltre il Fondatore e coordinatore del Centro Internazionale Guida Sicura di Varano de' Melegari (PR).

Cambiano i tempi, e così il galateo. Si aggiorna, svecchiando regole artificiali e anacronistiche che ingessavano i rapporti sociali. Si semplifica, per aiutarci ad affrontare con savoir faire tutte quelle situazioni di ordinaria difficoltà che si possono incontrare sia nella vita professionale che in società.

In un panorama lavorativo di sempre maggiore competitività, ciò che può davvero rappresentare un'efficace chiave di successo è "l'intelligenza relazionale", la capacità di sapersi comportare, l'attitudine all'essere civili. Al di là della pura formalità quindi, il galateo moderno è soprattutto un'arma vincente che rende più facile e gradevole comunicare e relazionarsi con gli altri. Educa ad uno stile più naturale, suggerisce l'atteggiamento corretto da tenersi nelle varie occasioni, rende più sicuri, disinvolti e a proprio agio. È un sapere pratico, indica cosa fare, come farlo e quando, evitando lo stress dell'improvvisazione e le cadute di stile.

Per tutti può presentarsi l'esigenza di dover migliorare qualcosa nel proprio modo di proporsi, soprattutto quando la professione o il ruolo sociale obbligano ad impegni e frequentazioni che richiedono di essere all'altezza della situazione. Tale ruolo deve, quindi, essere sostenuto e valorizzato tramite l'affinamento delle conoscenze e delle abilità proprie del Galateo.

Nel mondo del business infatti difficilmente si può contare su una seconda chance, ed è quindi nei primi minuti, addirittura prima di essere presentati, o di presentarsi, che ci si può giocare il seguito di un incontro. Il biglietto da visita è il proprio stile personale, e può essere anonimo o vincente, sta a noi deciderlo. Correttezza, educazione e stile sono quindi più importanti di quanto a prima vista non sembri, soprattutto per distinguersi, al di là di denaro e posizioni sociali.

Il workshop non si è limitato semplicemente ad elencare ed illustrare un insieme di norme da seguire pedissequamente, ma si è proposto di fornire le linee guida per riuscire a muoversi in modo adeguato nel mondo del lavoro.

I contenuti, suddivisi in 4 moduli tematici principali, sono stati esplorati includendo in ogni sessione due moduli.

Gli interessati hanno potuto apprendere le regole per: presentarsi con stile agli incontri di lavoro, migliorare la capacità di relazionarsi a vari livelli, curare la propria immagine professionale, vestirsi adeguatamente nelle varie occasioni, affrontare un colloquio, partecipare ad una riunione, comportarsi correttamente a tavola durante un pranzo di lavoro. Elementi, che non solo costituiscono una nuova etica nel fare business, ma influiscono nettamente sul successo personale e professionale.

Seguendo semplici e pratici consigli i partecipanti hanno potuto acquisire le armi vincenti del moderno "savoir vivre", con un occhio alla storia, uno alla pratica, e un po' di sana ironia.

Donatella Dal Ferro

Esperta nel campo della Comunicazione d'impresa e delle Pubbliche Relazioni, consulente d'immagine per enti pubblici e privati. Ideatrice di Questioni di Stile, organizzazione che progetta interventi formativi che affrontano i temi basilari del Galateo Relazionale e delle sue applicazioni nel mondo del business indirizzati allo sviluppo ed al consolidamento della corporate identity. Nell'ambito del Galateo Sociale propone corsi che riguardano il Bon Ton, declinato nella quotidianità delle relazioni sociali e apprezzati corsi di Arte del Ricevere per coloro che amano cimentarsi nel complesso e affascinante ruolo di padroni di casa.



Organizzarsi in Team e fare squadra è una prerogativa fondamentale non solo dell'universo sportivo, ma anche di quello aziendale. Il mondo del lavoro è assimilabile a un grande campo di gioco in cui diventa decisivo vincere la partita per far fronte ad un mercato sempre più complesso e competitivo. Al tempo stesso le Aziende sono alla ricerca non più solo di "grandi solisti", ma anche di uomini che fanno gruppo, pronti ad affrontare le situazioni più diverse applicando il concetto di lavoro di squadra.

Da questo spunto nasce l'esigenza di integrare le attività in aula con la pratica sul "campo", utilizzando lo sport come momento di formazione.

I partecipanti, molti dei quali alla ricerca della prima esperienza lavorativa, sono stati coinvolti in attività che riproducono azioni, processi e meccanismi che si ritrovano nelle dinamiche aziendali. Una metodologia che ha permesso di soffermarsi sulle difficoltà future e di impegnarsi per il loro superamento, attraverso l'analisi di compiti da affrontare, l'individuazione di una strategia e l'applicazione di utili strumenti per raggiungere l'obiettivo. Sono stati così organizzati team building sportivi costituiti da una serie di attività finalizzate a far acquisire competenze necessarie per formare un gruppo di lavoro.

Grazie alla valida collaborazione di **Opes**, che ha fornito tutti gli istruttori specializzati nelle discipline sportive interessate dal progetto, e all'aver saputo valorizzare al meglio le peculiarità di ciascuna struttura che ha ospitato il campus, per ogni tappa i partecipanti hanno potuto praticare diverse attività sportive.

A **Pomezia** l'offerta sportiva si è estesa dai campi di calcetto e tennis ai percorsi da mountain bike immersi nel verde della pineta; dalle lezioni di difesa personale a quelle di fitness all'interno della palestra coperta.

Catania, con le strutture specializzate del Centro Sportivo Universitario, ha permesso ai partecipanti di cimentarsi in tornei di calcio a 5 misto e di pallavolo a 8 misto, nonché in sessioni di G.A.G., Body Tone, Fitness, Fitboxe, Pilates, Step, Aero/Step, Step & Tone e Fitboxe in palestra. L'offerta è stata infine completata dalla possibilità di utilizzare le pareti per arrampicata sportiva e la pista di Atletica Leggera.

Abano Terme si è infine distinta per le attività di Acqua Gym studiate ad hoc per essere condotte in piscine di acqua termale. A queste si sono affiancate le lezioni di Difesa Personale e Fitness.

Per ogni gruppo di partecipanti alle attività sportive sono state infine organizzate le relative premiazioni con la consegna di attestati e medaglie.



ATTIVITA' SPORTIVE

Catania



ATTIVITA' SPORTIVE

Abano Terme



Nei programmi di formazione esperienziale utili a valutare tutte le componenti psicoattitudinali dei candidati sono state previste anche occasioni di incontro volte a creare uno spirito positivo di aggregazione tra persone che non si conoscevano prima dell'esperienza Campus Mentis.

Tali momenti hanno animato la vita serale del campus con proiezione di film, karaoke e DJ session dedicate.

A Pomezia la Club House del campus, "L'Asino Colto", ha ospitato i Mercoledì Nastro Azzurro all'insegna del bere responsabile.

A Catania lo "Y's Jazz Club" ha ospitato anche esibizioni musicali di alcuni partecipanti.

Ad Abano Terme il "Mynt Lounge" ha testimoniato la gioia di "fare gruppo" dei partecipanti ed ha ospitato anche il Farewell Party di chiusura dell'edizione 2010, in data 15 dicembre 2010.





BRUXELLES

i MIGLIORI tra le ECCELLENZE

I TALENTI IN VISITA AL PARLAMENTO EUROPEO
DAL PARLAMENTO EUROPEO
PREMIAZIONE

48
48
50

I TALENTI IN VISITA AL PARLAMENTO EUROPEO

Campus Mentis travalica i confini nazionali e fa rotta verso Bruxelles.

Al termine delle attività del 2010 i migliori talenti di Campus Mentis sono stati ospiti tre giorni al Parlamento Europeo. I ragazzi, accompagnati dalle Aziende che li hanno premiati e dalle istituzioni nazionali, hanno visitato Bruxelles ed in particolare si sono confrontati con Europarlamentari e Funzionari UE per comprendere meglio il loro ruolo e le opportunità professionali che il Parlamento e l'Unione europea possono offrire.

Inoltre la visita è stata l'occasione per conoscere nel dettaglio il ruolo dei "lobbisti", ovvero rappresentanti di aziende e/o di gruppi di interesse che, regolarmente accreditati, svolgono il loro ruolo di parte supportando le decisioni e le raccomandazioni del Parlamento di Bruxelles secondo un particolare interesse o punto di osservazione.

La diretta Rai da Bruxelles ha permesso di conoscere meglio il ruolo dei Parlamentari europei, le impressioni dei nostri ragazzi e delle imprese che li hanno accompagnati.

DAL PARLAMENTO EUROPEO

Sono molto orgoglioso di questa esperienza, fortemente voluta dal Ministro della Gioventù Giorgia Meloni e dal Professor D'Ascenzo della Sapienza Università di Roma, poiché dopo la positiva esperienza della prima edizione, nata come progetto pilota, anche quest'anno Campus Mentis si è svolto con grande successo.

È diventato un modello di riferimento anche in Europa, un'Europa che investe sui giovani, incoraggia le Università ad esplorare nuovi metodi di cooperazione tra le istituzioni pubbliche e il settore privato.

Il fine è quello di migliorare la mobilità in ogni settore, anche attraverso la formazione, i finanziamenti e le risorse per associazioni ed enti rendendo la gioventù europea all'altezza di quella che è la sfida del futuro.

In questo modo i nostri giovani potranno confrontarsi con gli altri ragazzi del mondo sulla base della qualità e della conoscenza; è importante sottolineare l'importanza dei vantaggi che gli studenti possono trarre dall'acquisizione di competenze nel settore delle nuove tecnologie per far sì che essi moltiplichino le loro possibilità sul mercato del lavoro.

La stessa Europa incoraggia gli studenti attraverso le Università ad un orientamento permanente per seguire più da vicino i giovani laureati così da valutare l'utilità economica e sociale dei programmi di insegnamento.

Ritengo poi, un fattore decisamente importante da parte dell'Europa, l'invito esplicito al settore imprenditoriale perché contribuisca all'adeguamento dei programmi universitari, avviando e finanziando corsi specifici. Occorre far acquisire agli studenti dimestichezza con le regole di funzionamento dell'impresa così da rendere l'imprenditorialità commerciale una delle alternative possibili per i giovani laureati.

L'obiettivo è che i nostri giovani non si sentano abbandonati dalle istituzioni, tutt'altro; abbiamo il dovere di orientarli verso scelte che possono dare loro maggiori opportunità occupazionali e consigliarli anche sulle modalità più efficaci di candidatura. È dimostrato che le aziende siano in continua ricerca di talenti ed è per questo che abbiamo offerto loro questa opportunità. Per le nostre giovani eccellenze è stata un'occasione straordinaria ed un modo concreto per valutare e sviluppare le proprie aspirazioni.

Sicuramente si tratta di un progetto ambizioso considerando il periodo di forte crisi economica, finanziaria e politica che stiamo vivendo; nonostante le difficoltà di inserimento occupazionale che le statistiche segnalano in merito alla categoria dei neo-laureati, le porte delle imprese si continuano ad aprire per i giovani meritevoli.

Il nostro presente e il nostro futuro dipendono dai giovani, che costituiscono il 20% della popolazione e si prevede che rappresenteranno circa il 15% della popolazione nel 2050.

Con questa consapevolezza e la volontà di aiutare e sostenere l'attuale e le future generazioni, il Parlamento Europeo sta sviluppando una nuova strategia per i giovani destinata a guidare la politica europea a favore della gioventù per i prossimi anni.

L'obiettivo che l'Europa si è posta per i giovani, è quello di creare per loro maggiori opportunità nel settore dell'occupazione migliorandone l'inserimento e la partecipazione alla vita sociale.

Tra i migliori sono state scelte 16 eccellenze che hanno avuto la possibilità grazie a Campus Mentis di vivere un'esperienza unica di rapporto diretto con l'Unione Europea.

Durante i giorni trascorsi presso il Parlamento di Bruxelles, i ragazzi hanno avuto la possibilità di incontrare funzionari e dirigenti delle Istituzioni europee nonché i rappresentanti di lobby industriali, intrattenendosi in un clima informale.

Notevole è il rilievo della componente lobbistica in Europa. Contrariamente a ciò che avviene nel panorama nazionale, essa opera al fianco delle Istituzioni per dar vita a provvedimenti legislativi più che condivisi.

Le 16 eccellenze provenienti da Campus Mentis hanno potuto sviluppare il loro sentimento di appartenenza all'Unione Europea, vedendo incoraggiato il proprio spirito d'iniziativa, d'imprenditorialità e di creatività nonché l'apprendimento interculturale.

I giovani sono il futuro dell'Europa. Il mio augurio è che queste giovani talenti, presenti al Campus Mentis, abbiano intrapreso un percorso formativo utile sia dal punto di vista professionale che personale e che possano riuscire, in questo modo, a realizzare i propri sogni "sognati" dopo un lungo e, a volte, faticoso percorso universitario.

On. Marco Scurria
Europarlamentare

PREMIAZIONE

Al termine dei 3 giorni trascorsi presso il Parlamento Europeo di Bruxelles, incontrando vari esponenti delle Istituzioni, tra i quali l'On. Marco Scurria, l'On. Carlo Fidanza e l'On. Debora Serracchiani, i 16 migliori talenti tra le eccellenze emerse durante Campus Mentis 2010 sono stati premiati per i progetti elaborati in risposta ai contest lanciati da soggetti quali Impresapiens, Cegos Italia, Alphaomega, Birra Peroni, McDonald's, Fiorucci, Alitalia e Gi Group.

La premiazione ha avuto luogo all'interno delle aule del Parlamento con la consegna di attestati e medaglie espressamente dedicati a questa speciale occasione.





COMUNICAZIONE E VISIBILITA'

CAMPAGNA PUBBLICITARIA	54
VISIBILITA' IN LOCO	54
SITO WEB	55
ATTIVITA' di UFFICIO STAMPA	55
RASSEGNA STAMPA	56

Per veicolare le informazioni relative a Campus Mentis 2010 e raccogliere le candidature sono stati predisposti:

- una campagna pubblicitaria con annuncio dedicato (si veda sotto) su il Sole 24 Ore, con quattro uscite programmate dalla data della cerimonia di apertura del Campus a Pomezia (25 ottobre) a quella di chiusura (15 dicembre 2010);
- pagine dedicate a Campus Mentis su principali social network (Facebook, Twitter, YouTube);
- una piattaforma web collegata al sito www.cegos-search.it, a cui i candidati hanno potuto inviare la propria candidatura
- banner e newsletter dedicate sui principali portali di recruiting italiani monster e career builder
- diffusione di volantini promozionali nelle principali università italiane
- comunicazioni mirate ai Rettori di primari atenei nazionali



VISIBILITA' IN LOCO

Un allestimento modulare, appositamente studiato per poter essere agevolmente adattato alle caratteristiche di ogni location interessata dal progetto, ha permesso di rendere la presenza di Campus Mentis immediatamente visibile e riconoscibile presso le strutture che ne hanno ospitato le varie tappe con le inconfondibili immagini "Fai crescere il talento" e "Metti le radici nel futuro".

Dagli ingressi standardi e totem hanno guidato i partecipanti al punto di Welcome per la prima accoglienza; torri grafiche alte oltre 3mt hanno identificato dall'esterno le strutture deputate alle attività formative; paline e segnaletiche direzionali hanno indicato gli spazi per le conferenze e lo sport; scenografie ad hoc hanno vestito le sale dedicate a meeting e seminari; stand dedicati e personalizzabili da ogni azienda, inclusivi di area salottino, hanno ospitato le cocktail interview.

Una rilevante parte dell'attività informativa relativa all'edizione 2010 è stata affidata al sito web www.campusmentis.it che ha registrato passo passo l'evolversi del progetto grazie a continui aggiornamenti delle sezioni dedicate alle informazioni sulle attività di conference e formazione, alle news dai campus, alle foto dei candidati, alla partecipazione delle aziende, alla rassegna stampa audio, video e cartacea.



ATTIVITA' di UFFICIO STAMPA

Per tutta la sua durata il progetto è stato accompagnato da attività di ufficio stampa ad hoc, rivolte ai media nazionali e locali dei territori che hanno ospitato i campus.

Il lancio ufficiale del progetto Campus Mentis è avvenuto il 20 ottobre 2010 con la conferenza stampa, tenutasi presso il Rettorato della Sapienza Università di Roma. Ad una approfondita relazione sui risultati della edizione "Global Village Campus 2009" è seguita la presentazione dell'edizione "Campus Mentis 2010", articolata su 8 settimane di campus in 3 diverse città.

Anche le inaugurazioni delle tappe di Catania e Abano Terme hanno visto il coinvolgimento della stampa locale e nazionale attraverso conferenze stampa dedicate.



24 ORE 27-OTT-2010 da pag. 33
 Occupazione. Progetto del ministero della Giovent  e dell'universit  Sapienza: selezionati i migliori 1.500 laureati
Un piano per formare i talenti
 Al via da Roma il «Campus Mentis» per far incontrare giovani e imprese

24 ORE 24-OTT-2010 da pag. 7
 AL VIA LA SECONDA EDIZIONE DI CAMPUS MENTIS
Meloni: il merito alla base del mercato
 Il ministro inaugura il progetto d'incontro tra giovani disoccupati e imprese

Lab il Socialista 27-OTT-2010 da pag. 5
Campus Mentis 2010 per combattere la crisi
 Il ministro della Giovent  ha promosso un progetto che mette in contatto i laureati ed aziende per dare una risposta alla disoccupazione giovanile. Campus Mentis 2010 gode inoltre del supporto di importanti player del mercato del lavoro e della comunicazione

Libero Roma 25-OTT-2010 da pag. 51
 Campus Mentis a Pomezia
Impegno del Comune contro la disoccupazione giovanile

24 ORE 25-OTT-2010 da pag. 17
Un laboratorio di talenti verso il mondo del lavoro
 POMEZIA. Inaugurato nel mattino "Cus Campus Mentis" presso il polo universitario Saba del Psi. Il progetto   volto a far incontrare e mettere a contatto i laureati universitari con le migliori aziende. Il ministro Meloni inaugurer  il laboratorio di incontro tra i laureati ed il mondo del lavoro per un anno. L'inaugurazione   stata presieduta dal sindaco Stancanelli.

IL TEMPO cronaca Roma 25-OTT-2010 da pag. 25
La Sapienza trova lavoro ai migliori
Campus A Pomezia La Sapienza trova lavoro a 600 superlaureati

Libero Roma 25-OTT-2010 da pag. 50
Alta ricerca di fondi Frati seduce le imprese: La Sapienza mette in vetrina i migliori cervelli

IL TEMPO cronaca Roma 26-OTT-2010 da pag. 31
Campus Mentis in pista 1600 superlaureati

24 ORE ROMA 26-11-2010 da pag. 1
 Universit . Successo per l'iniziativa tra Sapienza e ministero della Giovent 
Campus Mentis, l'incontro tra imprese e neolaureati

24 ORE 26-OTT-2010
Un «campus» per mediare domanda e offerta

Gazzetta del Sud Mercoled  3 dicembre 2010
Il «Campus mentis» accorcia le distanze tra impresa e laureati
 L'iniziativa del ministero della Giovent 

POMEZIA   aperta l'iniziativa che mette in contatto studenti e imprenditori, inaugurata dal ministro Meloni a Saba del Psi
Combattere la crisi con il «Campus Mentis»

CORRIERE NAZIONALE 05-02-2011 da pag. 1/2
«Campus mentis» nella Ue
 Premiati al Parlamento europeo i migliori sedici giovani talenti
 La manifestazione   stata promossa dal Ministro della Giovent 

Lab 05-02-2011 da pag. 7
L'Europa premia 16 giovani talenti
FAI CRESCERE IL TALENTO

24 ORE 06-02-2011 da pag. 1
Europa trampolino per i talenti

IL GAZZETTINO.it 06-02-2011
Ecco i laureati che tutte le aziende cercano

Wall Street Italia 06-02-2011
LAVORO: AL VIA TERZA TAPPA CAMPUS MENTIS 2010 AD ABANO TERME

il Vallone Aggregatore di Notizie Sicilia 06-02-2011
Formazione. Campus Mentis, da oggi terza tappa ad Abano Terme...

LA SICILIA 06-02-2011
IL VILLAGGIO GLOBALE CHE AVVICINA STUDENTI E IMPRESE
 Campus Mentis: offerte di lavoro per il 77% giovani

Gazzetta del Sud Cronaca di Catania
40. CATANIA

Gazzetta del Sud Marted  30 Novembre 2010
 UNIVERSIT 
I giovani talenti a «Campus mentis»

Gazzetta del Sud
 Si chiude «Campus mentis» per neo dottori
Lo sviluppo d'impresa con la meritocrazia

LA SICILIA 06-02-2011
40. CATANIA
CITTADELLA
Villaggio «Campus mentis»
 Campus Mentis 2010 prosegue la propria avventura a Catania, iniziando l'ultima settimana di colloqui tra i giovani talenti etnei - i migliori laureati d'Italia - e le aziende. Nel villaggio globale allestito al Cus Catania di via Santa Sofia, i giovani avranno modo di «presentarsi» alle imprese. Oggi alle 10.30 Campus Mentis avr  un ospite d'eccezione: Andrea Fantoma, capo dipartimento del ministero della Giovent . Fantoma visiter  il villaggio e interverr  in conferenza. Alle 11.30 parteciper  anche il sindaco Raffaele Stancanelli.

LA SICILIA 06-02-2011
52. CATANIA
STAMANE NELLA SEDE DEL CUS ALLA CITTADELLA
Si inaugura «Campus mentis 2010» la rassegna dei migliori neolaureati

inagurato campus Mentis
Un «laboratorio di talenti» aperto al mondo del lavoro
 All'inzio del villaggio colloqui tra laureati e imprese ma anche attivit  ricreative

LA SICILIA CUS CATANIA
L'attivit  sportiva come palestra di vita esperti a confronto a Campus Mentis

CREDERE NEL PROGETTO

PATROCINI

Presidenza della Repubblica	60
UPI - Unione Province d'Italia	60
Regione Veneto	60
Comune di Roma	61
Forum Nazionale dei Giovani	61

PARTNER

Main Partner - Gruppo Cegos	62
Valorizzare i talenti di D. Zimbalatti, A.D. Cegos Italia Spa	62
Cegos Search Italia	63
Communication and Event Partner - Alphaomega	65
Campus Mentis: Best Practice italiana di A. Cassone, Partner di Alphaomega	65
Alphaomega	66
Outdoor partner - Opes	68

MEDIA PARTNER

LabItalia (Adnkronos)	69
Sole 24 ore	70

JOB PARTNER

Careerbuilder	71
Gi Group	72
Monster.it	73
Tempor	74

AZIENDE PARTECIPANTI

Accenture	75
ALD Automotive	76
Alitalia	77
Allergan	78
Athena	79
Athens	80
Autogrill	81
Averna (Gruppo)	82
BAT - British American Tobacco	83
Birra Peroni	84
BNL	85
Bocchino	86
CAT	87
Chimec	88

CNR - Consiglio Nazionale delle Ricerche	89
Coca Cola HBC	90
Daiichi-Sankyo	91
Deloitte	92
Dexia	93
Difesa e Forze Armate	94
Etica Si	95
Exprivia	96
Ferrovie dello Stato	97
Fiorucci	98
Gewiss	99
GN Re Sound	100
Haworth	101
Ikea	102
Imperial Tobacco	103
Indesit	104
Leroy Merlin	105
Luxottica	106
Mc Donald's	107
Mediamarket	108
Microsoft	109
Nissan	110
P&G	111
Palombini	112
Parmon	113
Pirelli	114
Sandvik	115
SDA Express Courier	116
Sibeg	117
Smiths Medical	118
SP - Salerno Packaging	119
Telethon	120
Unicef	121
Unilever	122
Veratour	123
Virtual Meeting	124

PRESIDENZA DELLA REPUBBLICA

CON L'ALTO PATRONATO DELLA
PRESIDENZA DELLA REPUBBLICA



UPI - UNIONE PROVINCE d'ITALIA



REGIONE VENETO



PATROCINIO
REGIONE DEL VENETO

COMUNE DI ROMA



ROMA
CAPITALE

Assessorato
alla Scuola, alla Famiglia
e all'Infanzia

FORUM NAZIONALE DEI GIOVANI



FORUM
NAZIONALE
DEI GIOVANI

MAIN PARTNER Gruppo Cegos

Valorizzare i talenti

Dopo il successo del Global Village Campus che ci ha visto come partner, nel corso del 2010 si è preannunciato il coinvolgimento del Gruppo Cegos anche nella ambiziosa iniziativa Campus Mentis.

Abbiamo aderito, mettendo a disposizione le competenze che ci contraddistinguono nel far emergere, orientare e rendere disponibile al mercato il patrimonio di competenze dei nostri giovani.

Grazie alla professionalità consolidata, la squadra Cegos Search non ha deluso le attese, pianificando e gestendo la macchina organizzativa delle attività di reclutamento, selezione e orientamento dei neolaureati da una parte e di comunicazione, coinvolgimento e supporto alle aziende dall'altra, durante gli eventi di Roma, Catania e Abano Terme (PD).

Nell'ambito dell'Alto Patronato della Presidenza della Repubblica e con l'avallo del Ministro On. Meloni, è stata affidata a Cegos la concezione e l'organizzazione del "Premio Campus Mentis".

Nove imprese hanno coinvolto i giovani nell'immaginare e stendere progetti connessi alle loro strategie future, sulla base dei quali con il supporto di Cegos come garante di una valutazione comprendente anche attività "in campus", hanno selezionato i migliori 16 Talenti, premiati a Bruxelles presso le istituzioni europee.

Anche Cegos con la titolazione di un premio, ha voluto rendere i neolaureati protagonisti attraverso il contest, "Campus Mentis del futuro", i cui elaborati, saranno consegnati al Ministro Meloni per estrarne suggerimenti utili per le prossime edizioni.

Vorrei esprimere un riconoscimento ai partecipanti, alle aziende, a Impresapiens e al Prof. D'Ascenzo per il supporto fornito, al Dr. Rocchi coordinatore presente e ad Alphaomega per lo sforzo profuso e aggiungo un ringraziamento particolare alla squadra Cegos che ha dato il meglio di sé per la riuscita dell'iniziativa, nella speranza di poter dare continuità alle competenze maturate secondo le linee guida delineate dalle volontà del Dipartimento della Gioventù.

Domenico Zimbalatti
Amministratore Delegato Cegos Italia Spa

MAIN PARTNER Gruppo Cegos



Garantire il successo delle aziende sviluppando professionalità e competenze: con questa filosofia Cegos opera in tutta Europa e nel mondo nel campo della formazione, della consulenza e della selezione.

Dal 1959 a fianco delle aziende italiane è partner nella corsa alla competitività e allo sviluppo rispondendo in modo rapido e differenziato alle esigenze emergenti in cui il contesto economico in continua evoluzione. Facendo leva su entusiasmo, creatività e tensione verso risultati concreti e misurabili, i professionisti Cegos operano su tutto il territorio nazionale dalle sedi di Milano e Roma

Cegos Search è la Società del Gruppo Cegos specializzata nella ricerca e selezione di Risorse Umane: **25 consulenti esperti** nel recruiting di quadri e dirigenti e nella valutazione del potenziale - ogni giorno - mettono a disposizione dei propri clienti la loro professionalità e creatività per soddisfare con successo gli incarichi affidati.

Perché i nostri clienti ci hanno scelto:

- **Qualità ed efficienza:** 25 giorni è il tempo medio per portare a termine una ricerca
- **Costi on demand:** equilibrati e trasparenti, per consentire ai nostri clienti di capire il reale investimento affrontato
- **Garanzia:** in caso di non idoneità del candidato, la ricerca viene ripetuta senza costi aggiuntivi.

Ricerca e Selezione

In base a un'**analisi specifica** e una piena comprensione delle esigenze di ogni singola azienda, attiviamo il **processo di ricerca e selezione** attraverso gli strumenti ritenuti più idonei a ciascuna figura ricercata, utilizzando con efficacia il nostro **database, l'head hunting** e il **web recruiting**.

Valutazione del potenziale e delle competenze

Sviluppata insieme alla divisione Consulenza Risorse Umane di Cegos Italia, ha come scopo quello di dare maggiore visibilità alle **caratteristiche e potenzialità** di ciascuno, consentendone la giusta collocazione e **valorizzazione**, favorendo i

possibili cambiamenti organizzativi.

La valutazione del potenziale e delle competenze, analizzate anche con il supporto di test, possono essere legate a specifiche esigenze di selezione e studiate in base al tipo di intervento in accordo col cliente.

La somministrazione e valutazione di test è affidata a uno staff di psicologi del lavoro.

Cegos-search.it

Una grande vetrina elettronica in grado di fornire ai candidati un servizio mirato e gratuito, e alle **aziende un database sempre aggiornato**. Uno strumento facile, rapido ed economico per effettuare lo screening online delle candidature e per ricevere solo i CV in linea con il profilo richiesto

Network Internazionale

Una rete internazionale di professionisti di consolidato valore ed esperienza permette un costante confronto e aggiornamento sulle tematiche riguardanti le Risorse Umane; inoltre, consente di affrontare con facilità anche incarichi di ricerca e selezione a livello internazionale

Milano - Sede centrale

Piazza Velasca 5 - 20122

Tel. +39.02.806721

Fax +39.02.72001647

Email: selezione@cegos.it

Roma

Viale SS. Pietro e Paolo, 21 - 00144

Tel. +39.06.5923719

Fax. +39.06.5920804

Email: segreteria.roma@cegos.it

Campus Mentis: Best Practice Italiana

Il Dipartimento della Gioventù, La Sapienza e diverse Aziende private hanno voluto offrire, con un impegno concreto, un segnale volto alla valorizzazione delle eccellenze tra i neolaureati; ritengo che questa iniziativa sia riuscita a tracciare un nuovo modello di congiunzione tra le Istituzioni e le aspettative dei giovani.

Siamo orgogliosi, come Alphaomega, di aver fornito il nostro contributo in termini di strategie di comunicazione e organizzazione in un progetto di così alto valore. Abbiamo avuto il piacere di vivere giorno per giorno le confidenze, i programmi ed i sogni dei giovani laureati.

Abbiamo avuto il piacere di toccare con mano la reale opportunità di poter mettere in contatto quest'ultimi con il mondo del lavoro per dialogare, ma soprattutto siamo testimoni di come nel nostro Paese le cose possano funzionare in maniera egregia e di come possano alimentare speranza e prospettive dei giovani quando le Istituzioni ed i Privati collaborano per dare il meglio.

Campus Mentis, a nostro avviso, rappresenta senz'altro una *best practice* per il Sistema Italia: un nuovo modo per valorizzare le eccellenze italiane ed un nuovo modo di scoprire e valorizzare le risorse che la nostra Università sa produrre, ma come già detto, rappresenta una nuova speranza per i giovani che si apprestano a "vivere" l'esperienza del mondo del lavoro.

Mi preme ringraziare il Ministro Meloni ed il suo Dipartimento per quanto e come stanno dando impulso al mondo dei giovani e, allo stesso tempo, La Sapienza e Impresapiens per come si prodigano al fine di promuovere le eccellenze del futuro.

Concludo ringraziando i compagni di viaggio di questa bellissima avventura, dal Prof. D'Ascenzo al Dott. Rocchi, registi di alto profilo del progetto, agli amici di Cegos Italia, partner insostituibili di questa iniziativa.

Alberto Cassone
Partner Alphaomega Srl

COMMUNICATION AND EVENT PARTNER Alphaomega



Trasferire emozioni, lasciare una traccia affinché le cose tornino a noi con una storia da raccontare è la filosofia che ha permesso di conseguire il titolo di Best Event Agency 2010.

Alphaomega, nata nel 2001 come agenzia di comunicazione, oggi è una realtà altamente specializzata nella realizzazione di eventi e nel below the line.

La mission di Alphaomega è vivere della qualità degli eventi, immaginati prima e realizzati poi, con uno sguardo aperto in grado di osservare oltre le cose del mondo, con la grande capacità di realizzare progetti ad alta complessità ma di facile lettura.

Creatività, flessibilità, qualità, dinamismo e innovazione la rendono il partner ideale dei suoi Clienti, nella ricerca congiunta del successo in tutto il Mondo con una professionalità e una grande competenza in:

Eventi, Below the Line Activities, Incentive e Convention, Mystery Shopping, Promozioni, Product Placement, Graphic & Web Designer, Ufficio stampa e PR, personale specializzato.

Con un organico di oltre 35 professionisti, Alphaomega offre una struttura dinamica ed efficiente composta da account, un qualificato team creativo, un reparto staff che gestisce circa 800 collaboratori esterni nelle principali città a livello nazionale.

La caratteristica distintiva del DNA di Alphaomega è fornire al cliente tutti gli strumenti sia brand oriented o product oriented strategici per realizzare progetti di comunicazione di successo:

Ideazione e analisi valutativa

Ideazione creativa e analisi dettagliata dei rischi e delle opportunità in relazione alle problematiche intrinseche al progetto e ai mutevoli scenari.

Pianificazione

Individuazione del timing attraverso strategie a breve, medio e lungo termine e conseguente strategia operativa.

Verifiche e valutazioni

Realizzazione di strumenti formali e informali per valutare risultati, forza ed efficacia delle azioni di comunicazione effettuate. Analisi critica e valutativa per migliorare le conseguenti strategie.

Fanno parte del gruppo:

Alphaomega art, per la realizzazione di progetti legati al mondo dell'arte contemporanea;
Alphaomega eventi, per supportare meglio le esigenze dell'amministrazione del Comune di Roma;

Roma

Via Calcedonia, 1 – 00188 Roma
Tel. +39.06.45439494
Fax. +39.06.96039933
Email: segreteria@alphaomega.it



OUTDOOR PARTNER

OPES

I valori dello sport per sconfiggere disagio, droga e doping: l'impegno dell'Opes, l'Organizzazione per l'Educazione allo Sport, a sostegno dei giovani.

L'Opes è un Ente che promuove ed organizza - senza scopo di lucro e in collaborazione con le associazioni sportive affiliate - iniziative atletiche e ricreative, a carattere locale, provinciale e nazionale.

Opes crede nello sport come mezzo per la trasmissione di valori. Per noi lo sport è una palestra di vita che insegna a socializzare e crescere, insegna ad impegnarsi e confrontarsi con i propri limiti nella convinzione che l'importante non è tanto partecipare, quanto dare sempre il massimo. Non sempre un ottimo atleta è un grande uomo, ma un buon uomo è sempre un ottimo atleta.

L'Opes propone lo sport come risposta al disagio dei giovani che troppo spesso, non trovando modelli giusti o punti di riferimento per crescere in una società sempre più frenetica, si trovano catapultati su strade senza sbocchi. L'ente infatti non si prefigge solo come scopo quello di aiutare le fasce più giovani degli sportivi, ma anche quello di combattere droga e doping.

Opes si interessa di ciclismo, calcio, rugby, volley, danza sportiva, arti marziali, nuoto e altre discipline, ma opera anche nel campo della formazione, con l'obiettivo di creare, anche in collaborazione con le Federazioni professioniste del settore Sportivo, corsi per arbitri, atleti e dirigenti.

Gli eventi nell'ambito delle Attività Motorio-Sportive sono molteplici ed alcune manifestazioni calcistiche sono arrivate alla sesta edizione. Tra queste "Tornei Calcio a 5 Di Opes League"; "Campionati Opes Calcio a 7 Ctb Castro"; "Campionato "l'Unione Strada". Segnaliamo inoltre i tornei Multidisciplinari come lo Smile Sport Village realizzato dal 2008, Opes Estate Giovani - progetto sui valori olimpici svolto nelle località balneari e rivolto ai ragazzi. Numerosi anche i saggi di danza e fitness come le edizioni di "Opes Sotto le Stelle", "Danzando a Porto Torres" o i campionati di "Opes Danza Sport".

Nelle attività Sussidiarie e di Formazione Opes valorizza l'importanza dello Sport nelle Politiche giovanili, i valori olimpici e lo Sport all'interno della scuola organizzando convegni e progetti.



Agenzia Labitalia del Gruppo Adnkronos

Labitalia, nata nel 2001 da un'intuizione del Gruppo Adnkronos, è un'agenzia d'informazione e di comunicazione del Gruppo Adnkronos rivolta principalmente alle tematiche del lavoro, che si è accreditata negli anni presso tutti i soggetti istituzionali e i mass media, sia generalisti sia di settore.

Particolarmente attenta alle politiche pubbliche per l'occupazione e lo sviluppo ad ogni livello - europeo, nazionale e locale - Labitalia costituisce uno strumento innovativo per orientarsi in un mercato del lavoro sempre più dinamico e globale e negli anni ha assunto un ruolo centrale nella diffusione e nell'approfondimento delle tematiche del settore (formazione, attività sindacale, professioni, analisi e studi, occupazione, normativa). Ogni argomento viene affrontato e focalizzato in modo chiaro e analitico per offrire un'informazione puntuale ed esaustiva, attraverso la realizzazione di notizie, interviste, approfondimenti e speciali.

Grazie a uno staff di giornalisti professionisti del settore ed esperti di comunicazione, Labitalia è in grado di realizzare servizi e prodotti per l'informazione e la comunicazione sulle tematiche di interesse. Inoltre, **sfruttando la sinergia con le altre strutture del Gruppo GMC-Adnkronos, con professionalità e specializzazioni diverse**, ha ampliato la propria attività fino a diventare una realtà con una duplice mission: una vera e propria **agenzia verticale** d'informazione multimediale, in grado di produrre e diffondere informazione anche in formato video, ed essere **un'agenzia di comunicazione** che sviluppa progetti articolati, con servizi che vanno dall'ufficio stampa specializzato alla consulenza; dalla realizzazione di newsletter alla fornitura di contenuti editoriali.

Labitalia realizza un **Notiziario quotidiano** multimediale (oltre 100 news al giorno) diffuso ad utenza abbonata costituita da Media, Istituzioni, Enti Locali, Aziende, Associazioni di settore e sindacali.

Diffonde la propria informazione multimediale nel canale 'Labitalia' del **sito www.adnkronos.com**.

Attualmente Lab Italia è content provider del canale lavoro di diversi **siti e portali** di informazione. Diffonde la propria informazione a **emittenti radio e tv locali**.

Gestisce i contenuti editoriali del **sistema di videocomunicazione** presso le sedi territoriali dell'INPS.

Produce e diffonde **2 newsletter settimanali** ('Lab Italia', 'Enti Locali') che diffonde ad una mailing list di operatori del settore.

Inoltre, realizza le pagine settimanali su lavoro e formazione per **free press e quotidiani locali**.

Per ulteriori informazioni: **www.labitalia.com**



Il **Gruppo 24 ORE** è il principale gruppo editoriale multimediale attivo in Italia nel settore dell'informazione economica, finanziaria, professionale e culturale.

Il giornale del Gruppo più noto è il **Sole 24 ORE**, il quotidiano leader nell'informazione economica, finanziaria e normativa, da cui deriva l'alto profilo del brand che caratterizza l'intera attività del Gruppo.

Il quotidiano, strumento di analisi completa e approfondita dei fatti e dei temi della politica, dell'economia, della normativa e dei mercati finanziari italiani e internazionali, è un punto di riferimento per professionisti, manager, neolaureati che si affacciano al mondo del lavoro, risparmiatori e famiglie. Tra le rubriche e sezioni settimanali di cui è arricchito, ogni mercoledì le pagine di **Job24** propongono l'appuntamento del Sole 24 ORE con il mondo del lavoro ricco di scenari, inchieste e approfondimenti giornalistici.

L'offerta informativa a disposizione dei lettori è integrata anche con l'Agenzia di stampa **Radiocor**, leader nell'informazione finanziaria, il portale **www.ilsole24ore.com** e l'emittente radiofonica **Radio 24**.

Nei **servizi ai professionisti, alle imprese e nell'editoria specializzata** occupa una posizione di mercato fortemente competitiva con i suoi *libri, riviste, banche dati, servizi on line, corsi di formazione e software gestionali*.

A questo si aggiunge una presenza importante nell'organizzazione di *mostre e appuntamenti culturali e nella gestione di grandi patrimoni di immagini*, realizzata attraverso **Alinari 24 ORE e 24 ORE Cultura**.

Con 7 sedi in Italia e 9 nel mondo, 8 centri stampa di cui 2 di proprietà, il Gruppo 24 ORE edita **oltre 140 testate giornalistiche**, tra on e off line. Il Gruppo 24 ORE è quotato presso la Borsa Italiana dal 6 dicembre 2007.

Per ulteriori informazioni: **www.gruppo24ore.com**



Careerbuilder.it è la filiale italiana di Careerbuilder.com, leader assoluto nelle soluzioni di Human Capital e recruiting online negli Stati Uniti e nel mondo. Ciò risulta evidente non soltanto dal numero di annunci pubblicati in tutti i siti del network internazionale Careerbuilder, ma anche dal numero complessivo di singoli utenti che ogni giorno visitano il nostro sito e rispondono ai milioni di offerte di lavoro pubblicate.

Abbiamo avviato un processo di espansione internazionale che prevede l'apertura di filiali e l'attivazione della rete di servizi in Germania, Canada, Olanda, India, Regno Unito, Spagna, Svezia, Grecia, Italia, Norvegia, Francia, Belgio, Svizzera, Cina, Romania. In Italia siamo operativi con una filiale diretta e tutti i servizi aziendali disponibili da Giugno 2008.

Careerbuilder ha l'obiettivo di facilitare l'incontro tra candidature qualificate e esigenze di recruiting delle Aziende e delle Società di Selezione. Il vantaggio competitivo di Careerbuilder si fonda su:

- Un avanzato motore di ricerca proprietario e di soluzioni tecnologiche specializzate per mettere in contatto chi è in cerca di lavoro con le organizzazioni che hanno l'esigenza di selezionare nuovo personale
- Un modello di business innovativo, consulenziale, flessibile e aderente alle esigenze dei mercati in cui operiamo
- Un portafoglio di prodotti e soluzioni completo, sinergico, unico in questo settore, agile e differenziabile per ogni tipologia di utenza
- La forza di un network internazionale leader assoluto su scala globale
- La passione e la competenza dei professionisti che fondano e lavorano tutti i giorni in Careerbuilder Italia
- Professionalità e servizio al Cliente e al Candidato.

Visitate il nostro sito e provate gli strumenti di ricerca per scoprire come trovare facilmente il lavoro più adatto a voi. Il lavoro giusto vi sta aspettando!

La nostra missione è essere il partner di riferimento per le esigenze di gestione delle carriere, dalla parte sia di chi offre lavoro, sia di chi il lavoro lo cerca.



Gi Group è il primo gruppo italiano nei servizi dedicati allo sviluppo del mercato del lavoro. Dal 2008, grazie alla fusione di Générale Industrielle e WorkNet, è anche la più grande agenzia per il lavoro italiana, con una presenza capillare su tutto il territorio nazionale. Come prima agenzia per il lavoro italiana, Gi Group è in grado di soddisfare sia ricerche specialistiche ad alto valore aggiunto, dove è importante il know-how e la consulenza della filiale radicata localmente, sia grandi progetti di somministrazione da sviluppare in ambito nazionale.

Mission di Gi Group è essere un soggetto di primaria importanza del mercato del lavoro, e contribuire in modo decisivo al suo sviluppo. Grazie al processo di internazionalizzazione iniziato nel 2007, oggi Gi Group è presente, oltre che in Italia, anche in Spagna, Francia, Germania, Polonia, Romania, Brasile, India, Cina e Argentina. Gi Group è inoltre la prima agenzia italiana per il lavoro ammessa a far parte di Ciett, l'associazione mondiale delle agenzie per il lavoro, in veste di Multiregional Corporate Member.

Gi Group Academy promuove la cultura del lavoro e si propone come luogo di aggregazione e confronto per tutti gli operatori del mercato.

Gi Group Academy è una fondazione, promossa da Gi Group ma è aperta a partnership e collaborazioni con istituzioni ed enti pubblici e privati, incentrate sul grande tema del lavoro.

Attiva la collaborazione con ADAPT (Associazione per gli Studi Internazionali e Comparati sul Diritto del Lavoro e sulle Relazioni Industriali), l'associazione senza fini di lucro fondata da Marco Biagi nel 2000 per promuovere, in ottica internazionale e comparata, studi e ricerche nell'ambito delle relazioni industriali.

Inoltre la fondazione collabora con ALTIS (Alta Scuola Impresa e Società), la Business School dell'Università Cattolica di Milano nata nel 2005 con lo scopo di favorire la diffusione di una cultura del management responsabile, attraverso ricerche, corsi di formazione, progetti con le imprese.

Gi Group Academy opera in tre aree di attività ben distinte: Area Culturale (eventi e workshop), Area Ricerca e Innovazione (Osservatorio e Centro Studi), Area Formazione (una Corporate University non solo per i dipendenti).

Per ulteriori informazioni, visitare il sito

www.gigroup.com e www.gigroupacademy.it



Monster.it, **leader nella ricerca e offerta di lavoro on line, rappresenta un punto di incontro efficace tra candidati e Responsabili delle Risorse Umane**, con prodotti e servizi che offrono una vasta gamma di opportunità e soluzioni personalizzabili.

Monster.it è la divisione italiana di Monster Worldwide, una delle più grandi società al mondo di consulenza per la ricerca, selezione e valorizzazione delle risorse umane (quotata al New York Stock Exchange) presente in oltre 60 Paesi.

La leadership di Monster.it

- **5.000 Aziende** clienti
- **30.000 offerte** di lavoro presenti sul sito ogni mese, aggiornate quotidianamente
- **3.000.000 di CV** qualificati presenti nel solo database italiano e oltre **3.600.000 candidature** veicolate nel 2010
- **1.300.000 visitatori unici, 2.600.000 visite**, 24 milioni di pagine viste ogni mese
- Numerose partnership con le più importanti realtà Internet e offline
- Decine di eventi con candidati e Aziende su tutto il territorio nazionale

Il partner ideale per l'intero processo di recruiting

Monster.it non è solo un sito di annunci di lavoro on line, ma un provider di soluzioni adatte a ogni esigenza:

Database CV – Una banca dati di oltre 2.7 milioni di curricula qualificati

Prodotti di visibilità – Promozione delle offerte di lavoro online a un target profilato di candidati.

Career Ad Network® – Visibilità degli annunci di lavoro su decine di siti, con aumento della redemption del 90%

Fiera Virtuale – Monster.it ha voluto rendere ancora più agevole l'incontro tra domanda e offerta di lavoro con un innovativo progetto: la Fiera Virtuale del Lavoro, un'occasione unica per dare visibilità alle Aziende, alla loro mission e soprattutto alle loro offerte di lavoro.

Monster Recruiting Solution – Definizione di short list di candidati qualificati da parte degli esperti Monster

Soluzioni tecnologiche – Ottimizzazione di tempi e costi del recruiting con l'integrazione della tecnologia Monster e il proprio career site aziendale

Monster Social Recruiting Solution – Realizzazione dei campagne di employer branding attraverso l'utilizzo dei principali social network

Monster.it ha portato in Italia una fiera del lavoro unica nel suo genere: **Il Giorno del Lavoro, Keep Italy Working**. Organizzato con il Patrocinio della Presidenza del Consiglio dei Ministri e di Assoknowledge, l'evento ha consentito l'incontro diretto tra **100 aziende** e più di **13 mila candidati**.

Monster Italia è l'unico portale per il lavoro on line regolarmente iscritto all'Albo delle Agenzie per il Lavoro - Sezione IV - Autorizzazione Ministeriale Definitiva 4393 - 12/2/2007.



TEMPOR – Agenzia per il Lavoro nasce nel 1995 e nel 1997.

Nel 2003, a seguito della Legge 30 (**Legge Biagi**) diviene Apl nel nuovo quadro previsto dal **DLGS 276/03** per soddisfare le esigenze per la gestione delle risorse umane a favore di aziende Clienti.

Le caratteristiche peculiari della Compagine, tutta italiana sin dalla costituzione, sono fondate sui seguenti prerequisiti:

- 1) **Esperienza:** Tempor si occupa dal 1995 di Risorse umane.
- 2) **Competenza:** Tempor ha a livello locale tra i propri collaboratori diretti esperti seniores dell'Area del personale coordinati da una Direzione Centrale.
- 3) **Radicalamento nel territorio:** Tempor è presente in diverse Regioni Italiane ed ha consolidati rapporti con le Aziende del Territorio in cui opera.
- 4) **Serietà:** Tempor predilige il contenuto alle forme e rispetta tutti i propri interlocutori siano esse Aziende o Risorse umane con responsabilità ed impegno.
- 5) **Eficità:** Tempor da sempre si è prefissa di perseguire obiettivi che, ancorché compatibili con gli interessi di business, garantiscano comunque il perseguimento di obiettivi etici di rispetto della persona

Per dare maggiore coerenza e pregnanza a tali requisiti Tempor si è qualificata con uno degli Enti maggiormente conosciuti a livello nazionale secondo le procedure ISO 9000 ed ha adottato un Codice Etico. Sulla base di quanto sopra è agenzia generalista che si occupa di tutti i segmenti tipici riconosciuti dalla legge a tali soggetti.

All'interno della struttura generalista è stata creata una divisione dedicata al settore Engineering. Ciò è stato possibile grazie all'apporto di know-how di una delle Società partners, che dal 1981 opera nel campo della fornitura di servizi completi alle Società di Ingegneria.

Tempor dispone di una banca dati specifica mirata alla gestione di risorse ad alto contenuto professionale in grado di soddisfare appieno le richieste di personale quale buyers, planner, cost controller, progettisti, specialisti nelle varie discipline di montaggio (elettrico, strumentazione, civile, meccanico, apparecchiature, tubazioni ecc) e di avviamento e messa in marcia, esperti di materiali, certificatori, esperti in sicurezza e garanzia di qualità (QA/QC). Il tutto consente alla Tempor di conoscere al meglio le problematiche, il linguaggio e la struttura operativa delle Società di Engineering che permette di creare con queste ultime un proficuo dialogo tecnico-professionale, veloce e costruttivo. Tempor è in grado di operare sia in Italia che all'estero:

I ns. riferimenti:

- Dir.Generale: Roma V.le L. Schiavonetti 270/e
- Tel. (06) 72 96219
- Fax.(06) 72 963 203
- Maggiori info: www.tempor.it

Tra i soggetti che hanno creduto nel progetto Campus Mentis 2010, fornendo un significativo contributo alla sua realizzazione - in aggiunta ai prestigiosi Enti patrocinanti e ai Partner che hanno coordinato e realizzato le attività di tutoring, comunicazione e organizzazione, programmazione sportiva, diffusione media e recruiting - un posto di rilievo spetta alle aziende che hanno attivamente partecipato ad una o talvolta più tappe, popolando sia le aree dedicate alle cocktail interview che parte delle attività seminariali.



Accenture è un'azienda globale di **Consulenza Direzionale, Servizi Tecnologici e Outsourcing** presente in 120 paesi, con oltre 211 mila professionisti, di cui 9.500 in Italia.

Quello che ci contraddistingue è la capacità di creare innovazione e di produrre un reale vantaggio competitivo per i nostri clienti. Per loro, siamo impegnati ogni giorno nella definizione di nuove **strategie**, nel disegno dei **processi**, nell'implementazione di **soluzioni tecnologiche** e nella gestione in **outsourcing** di sistemi e aree funzionali.

Percorsi di carriera

Consulting: avrai un ruolo centrale nello sviluppo e nella gestione di complessi progetti di consulenza, lavorando in team composti da esperti di strategia, disegno di processi e soluzioni tecnologiche. In particolare, potrai sviluppare il tuo percorso di carriera in uno dei seguenti ambiti:

- **Management Consulting**
- **Technology Consulting**

Outsourcing: opererai in modo stabile presso i clienti partecipando a progetti relativi sia alla gestione integrale dei sistemi informativi che ad intere aree funzionali.

Accenture Technology Solutions: in questa realtà del Gruppo Accenture avrai l'opportunità di approfondire ogni giorno nuove tecnologie.

Enterprise: lavorerai a supporto delle aree di business inserito in una delle nostre funzioni interne.

Una formazione di livello, per raggiungere gli obiettivi più sfidanti

Da sempre, il nostro valore aggiunto sono le persone, per questo investiamo costantemente in formazione valorizzando le potenzialità di ogni singola risorsa. In Accenture potrai sperimentare percorsi di training all'avanguardia, studiati in funzione delle tue esigenze e concordati con un counselor a te dedicato. Frequenterai corsi in aula e virtuali, finalizzati allo sviluppo di competenze tecniche, metodologiche, manageriali e di mercato.

Ti chiediamo molto, perché riponiamo in te la massima fiducia

Accenture ricerca laureati specialistici in Ingegneria, Economia, Informatica, Matematica e Fisica, che si distinguono per entusiasmo, spirito d'iniziativa, capacità di lavorare in team e interesse per le nuove tecnologie.

Se invece sei un diplomato o possiedi una laurea triennale in materie tecnico-scientifiche, Accenture Technology Solutions è la tua destinazione ideale.

Ai laureandi offriamo un'interessante esperienza formativa e di orientamento professionale attraverso programmi di **stage**.

Per maggiori informazioni sul Gruppo Accenture e per inviare la tua candidatura, visita il nostro sito **professioni.accenture.it**.

Per un contatto diretto con il Recruiting Team, accedi alla nostra pagina su Facebook "**Accenture in Italia**".

ALD Automotive Italia

opera come *specialista della mobilità aziendale* dal 1981, dapprima con il marchio commerciale Hertz Leasing, poi con il marchio Axus Italiana (dal 1997), Hertz Lease (dal 2000) e ALD Automotive (da marzo 2003).

In oltre 28 anni di attività, il **Gruppo ALD Automotive in Italia** ha consolidato la propria immagine ed il proprio posizionamento che le consente oggi di gestire il parco auto di **17.000 Clienti** e la mobilità quotidiana di circa **90.000 Utilizzatori**, grazie ai 6 uffici commerciali, una vasta rete di **Agenti, Procacciatori e Dealer** nostri Partner, uno staff di **430 dipendenti** e agli oltre **6.000 centri di assistenza** convenzionati distribuiti su tutto il territorio nazionale.

Unendo professionalità e qualità dei servizi, ALD Automotive offre alle aziende soluzioni integrate di Noleggio a Lungo Termine ad alto valore aggiunto, sia a livello nazionale che internazionale: soluzioni globali per gruppi multinazionali e prodotti modulari e customizzati per piccole, medie imprese e liberi professionisti.

Opportunità di inserimento

Siamo alla ricerca continua di persone motivate e pronte a confrontarsi con una realtà Internazionale dove **Professionalità, Spirito di Gruppo e Innovazione** rappresentano i punti cardine intorno ai quali ruota l'intero sistema aziendale.

Alle nostre Risorse offriamo l'opportunità di formarsi e crescere in un'azienda multinazionale, giovane e dinamica, operante nel settore dei servizi alle imprese dove, la capacità di proporre nuove idee rappresenta il punto fondamentale per il raggiungimento di un obiettivo comune: assicurare ai nostri Clienti il miglior servizio.

I principali ambiti di inserimento e di sviluppo professionale riguardano le aree Sales, Finance, Servizi, Acquisti e Logistica.

Requisiti principali richiesti:

- Laurea in Ingegneria Gestionale / Meccanica, Economia, Lauree Umanistiche
- Età compresa fra i 22 e 29 anni
- Ottima conoscenza della lingua Inglese
- Ottima conoscenza del pacchetto Office

Contatti

ALD Automotive
Viale A.Gustave Eiffel, 15
00148 - Roma
Tel. 06 65 68 51
www.aldautomotive.it
risorse.umane@aldautomotive.com



Alitalia Compagnia Aerea Italiana (www.alitalia.com) opera, nella stagione estiva 2011, oltre 5200 voli settimanali verso un network di 92 destinazioni, di cui 29 in Italia e 63 nel resto del Mondo, con 23,4 milioni di passeggeri e una flotta di 150 aerei.

Il network di Alitalia è incentrato su 7 basi operative: Roma, Milano Linate, Milano Malpensa, Torino, Venezia, Napoli e Catania. Tra le principali novità del network estivo l'apertura delle nuove rotte intercontinentali Roma - Pechino e Roma - Rio de Janeiro, l'avvio dei nuovi voli internazionali da Roma verso Tolosa e da Firenze verso Amsterdam, l'apertura del nuovo voli nazionale da Firenze per Catania.

Air One, compagnia del Gruppo Alitalia, opera da Milano Malpensa e, dal 1 luglio anche dalla nuova base di Pisa, con un innovativo modello di Smart Carrier che prevede tariffe molto convenienti e servizi di alta qualità. Air One, grazie all'incremento della propria flotta con 2 nuovi Airbus A320, conferma da Milano Malpensa i voli stagionali operati lo scorso anno e aggiunge 6 nuove destinazioni. Salgono quindi a 22 le destinazioni in Italia e all'estero raggiunte da Air One nella stagione Summer 2011.

Alitalia è membro dell'alleanza globale SkyTeam che offre oltre 12.500 voli giornalieri verso 898 destinazioni in 169 paesi.

Alitalia è membro, insieme al Gruppo Air France - KLM e a Delta Air Lines, della principale joint venture transatlantica del trasporto aereo. Grazie alla joint venture tra le quattro compagnie, i passeggeri hanno oggi un accesso privilegiato al più grande network transatlantico al mondo, con quasi 250 voli e 55.000 posti offerti al giorno e che oggi comprendono 20 voli giornalieri tra 5 scali negli Stati Uniti e gli aeroporti di Roma Fiumicino e di Milano Malpensa.

E' in corso un piano di rinnovamento della flotta di Alitalia che ha già portato all'ingresso di 19 nuovi aerei Airbus A320 per i voli di breve e medio raggio e di 2 nuovi Airbus A330 per i voli di lungo raggio. Nel 2010 è stato completato anche il piano di rinnovamento delle cabine. Tutta la flotta Airbus di breve e medio raggio di Alitalia è ora equipaggiata con poltrone *slim* in pelle, dotate di schermo individuale.

Entro il 2011 è previsto l'ingresso in flotta di circa 13 nuovi aerei di cui 3 di lungo raggio.

Alitalia vuole essere la compagnia aerea scelta dagli italiani per volare in Italia, in Europa e nel resto del mondo, contribuendo alla diffusione dei valori, delle tradizioni e delle qualità che da sempre contraddistinguono e fanno apprezzare *l'Italian Style*.



L'Azienda e la nostra Mission

Allergan, fondata nel 1950 a Los Angeles, è oggi un'affermata multinazionale farmaceutica multispecialistica focalizzata nella **Ricerca, Sviluppo e Commercializzazione di dispositivi medici e di farmaci innovativi per i mercati oftalmici, di medicina estetica, dermatologia medica, neuroscienza ed urologia.**

Con sede ad Irvine in California, attualmente operiamo in tutto il mondo attraverso una rete di filiali, società controllate e agenti, impiegando circa 8000 dipendenti in più di 100 Paesi.

Oltre 50 anni di esperienza nel campo dell'**Healthcare** ci hanno consentito di conquistare la reputazione come leader innovativo nella ricerca e nello sviluppo in campo farmaceutico e sanitario, riuscendo ogni giorno a soddisfare le aspettative dei nostri clienti. **La nostra Mission è consentire alle persone di vivere la vita al massimo potenziale, per vedere più chiaramente, muoversi più liberamente ed esprimersi completamente.** A tal fine incoraggiamo e sosteniamo una proficua collaborazione con i medici specialisti e mediante l'ascolto delle loro esigenze creiamo ed assicuriamo nel tempo eccellenza e rigore scientifico.

Il processo di selezione

Il successo del nostro business è affidato alle idee e all'ambizione delle nostre risorse. Per questo puntiamo ai migliori talenti ed offriamo loro interessanti opportunità di inserimento e sviluppo professionale. Il nostro principale canale di reclutamento è rappresentato dalla selezione diretta, che è possibile inviando le candidature all'indirizzo di posta RM-HR@allergan.com

Ad esso si aggiungono contatti con Università, Master e Career Day. Le candidature pervenute vengono attentamente valutate e una volta individuati i profili più in linea con i requisiti richiesti, attiviamo il processo di selezione attraverso un primo contatto telefonico seguito da vari strumenti quali colloqui individuali, test di orientamento motivazionale e un set di prove e simulazioni finalizzate ad una valutazione a 360° del candidato.

Lo Stage: inizia qui la tua avventura

Offriamo l'opportunità di vivere interessanti esperienze formative nelle varie aree aziendali. I nostri stage prevedono un percorso di apprendimento seguito da professionisti esperti e formalizzato attraverso un progetto strutturato e condiviso. **Avrai l'opportunità di vivere una significativa esperienza di orientamento professionale.** Passione, volontà di imparare e migliorare sono i presupposti per trasformare questa esperienza in un'ottima occasione di crescita. I nostri Stage hanno una durata di 6 mesi e prevedono un rimborso spese.

Athena, fondata nel 1973, è un gruppo di sette società preposte alla produzione di guarnizioni, articoli tecnici e componenti metallici per il settore industriale e motociclistico, operanti nel rispetto dello standard qualitativo UNI EN ISO 9002 e secondo i canoni della serietà, disponibilità, affidabilità, evoluzione tecnica e miglioramento continuo.

Athena ha creato il settore denominato Aftermarket Division operante esclusivamente nel settore moto nel quale vengono offerti guarnizioni, gruppi termici e ricambi tecnici, per ogni marca e modello di moto e in ogni parte del mondo.

Athena è leader nel mercato nella preparazione di kits guarnizioni per la riparazione di ciclomotori, scooter, off-road, atv, jetski, moto d'acqua, fuoribordo e Harley Davidson in quanto detiene la gamma più completa al mondo. Il suo mercato, però, non si limita alle guarnizioni ma comprende anche paraolio e parapolvere di tipo originale, filtri olio ed aria, cuscinetti e pastiglie freno AP Racing.

Athena è l'unica azienda al mondo che produce interamente gruppi termici per moto, ciclomotori scooter e li offre sul mercato del ricambio all'originale e della competizione su pista. Oltre ai gruppi termici vengono offerti un insieme di prodotti complementari di altissima qualità: rapporti allungati, marmitte, variatori, correttori di coppia, cinghie, perni ruota, alberi motore, bielle, centraline, collettori, valvole lamellari, carburatori, filtri aria.

Athena offre, inoltre, un servizio per il recupero dei cilindri usurati in alluminio garantendo aspetto, qualità e finitura dell'articolo.

Un team giovane e professionale, moderni strumenti di misura e apparecchiature di controllo, tecnologia e test al banco prova sono ingredienti che garantiscono qualità, innovazione, prestazioni, competitività ed affidabilità di ogni prodotto Athena, il tutto per soddisfare al massimo le aspettative di ogni tipo di clientela.

Autogrill è oggi il primo operatore al mondo nei servizi di ristorazione e retail per chi viaggia. Con un fatturato di circa 5,7 miliardi di euro a fine 2009, è presente in 42 Paesi con circa 67.000 dipendenti, gestisce più di 5.300 punti vendita in oltre 1.200 location ed è una delle Società italiane più internazionalizzate.

Il Food & Beverage e il Travel Retail & Duty-Free sono i due settori di attività. Gli aeroporti e le autostrade sono i principali canali di attività del Gruppo, che opera anche nelle stazioni ferroviarie e ha presenze selettive in centri commerciali, fiere, musei e città, grazie ad un portafoglio di oltre 350 marchi a diffusione sia locale sia internazionale gestiti direttamente o in licenza quali ed esempio: Spizzico, Ciao, ACafè, Burger King, Pizza Hut, Sbarro e Starbucks Coffee.

Quotata alla Borsa di Milano dal 1997, la Società è controllata indirettamente da Edizione S.r.l. (finanziaria della famiglia Benetton) con il 59,3% del capitale sociale.

Grazie alla sua natura multinazionale e multiculturale, Autogrill riflette al suo interno l'eterogeneità territoriale che la contraddistingue, arricchendosi di una variegata molteplicità di nuove prospettive e nuove idee in grado di rafforzare il vantaggio competitivo nel proprio settore di business.

Per questa ragione le risorse umane sono per Autogrill un fattore cruciale di successo, alimentato mediante una costante attenzione per le persone e le loro esigenze. Attente politiche e strumenti di gestione sono messi in campo per favorire la crescita, la motivazione individuale ed il costante sviluppo delle competenze.

Il principale canale di ingresso per i giovani laureandi e neolaureati è lo stage, un percorso formativo e professionalizzante della durata indicativa di 6-12 mesi, che ha lo scopo di fornire un'esperienza efficace e significativa in una delle aree aziendali dell'organizzazione (ad es. Acquisti, Marketing, Vendite, Logistica, Sistemi Informativi, area Tecnica, Amministrazione Finanza e Controllo, Risorse Umane, Qualità e Sicurezza). Inoltre il "progetto stage" prevede la figura di un referente aziendale che monitori il corretto svolgimento del progetto formativo e dell'attività di tutoring.

Il nostro obiettivo è incontrare laureandi o neolaureati di talento con un brillante percorso accademico, provenienti sia da facoltà umanistiche, che economiche, che ingegneristiche e tecniche.

Nel 1802, da un'agiata famiglia di commercianti di tessuti, nasceva Salvatore Averna. Cresciuto nel clima operoso della Caltanissetta dell'epoca divenne uno dei membri più attivi della comunità. Qui, secondo una tradizione antichissima nata nelle abbazie fortificate benedettine e diffusa in Europa attraverso i conventi cistercensi e cluniacensi, i frati producevano, con una ricetta segreta, un elisir di erbe che, pur essendo "amaro", era buono e possedeva, nelle credenze popolari, doti toniche e terapeutiche. Nel 1859, in segno di riconoscenza, i frati decisero di consegnare a Salvatore la ricetta dell'infuso e nel 1868 iniziò la produzione per gli ospiti di casa Averna.

Fu **Francesco Averna**, figlio di Salvatore, che prese l'iniziativa per far conoscere l'Amaro, partecipando a diverse fiere, in Italia e all'estero. Dopo molti riconoscimenti, nel corso degli anni, portarono Francesco a ridisegnare l'etichetta iniziale dell'Amaro arricchendola di tutti questi attestati e riconoscimenti. Alla morte prematura di Francesco, la moglie, Anna Maria, prese le redini dell'azienda. Anche se presto fu aiutata dai giovani figli, lei rappresentò un esempio più unico che raro di imprenditrice, donna, nel cuore della Sicilia di inizio novecento.

La terza generazione, cioè i figli di Francesco: **Salvatore, Paolo, Emilio e Michele** consolidarono il successo dell'amaro e contribuirono all'evoluzione aziendale anche attraverso le difficoltà dei due conflitti mondiali, tant'è che l'azienda continuò la produzione senza mai fermarsi, trovando anzi il modo di avviare l'attività di esportazione in America. Nel 1958 l'Azienda Averna divenne una società per azioni (la Fratelli Averna S.p.a) e qualche anno dopo fu anche costruito un nuovo stabilimento.

Il 1978 è stato un anno molto significativo nella storia di questa azienda poiché, dopo 110 anni e tre generazioni si riuscì a trasformare quello che era nato come un "hobby di famiglia" in un prodotto che è diventato leader del mercato italiano. Dal 1978 ad oggi, la quarta generazione degli Averna (cioè quella che tuttora ha in mano le redini dell'azienda), ha mantenuto tale posizione sul mercato, consolidandola ulteriormente attraverso una gestione basata anche sulla diversificazione dei prodotti. Oggi il "**Gruppo Averna**" comprende l'azienda dolciaria Pernigotti e l'azienda vinicola Villa Frattina (vini e spumanti). Nell'ultimo decennio al consolidamento sul mercato nazionale, si è affiancato un intenso lavoro di internazionalizzazione che ha visto un crescente sviluppo anche sui mercati esteri.

PROFILO AZIENDALE

British American Tobacco Italia S.p.A. nasce ufficialmente il 1° gennaio 2002, assumendo la configurazione attuale il 1° giugno 2004, a seguito della fusione con l'Ente Tabacchi Italiani S.p.A., per la cui acquisizione il Gruppo British American Tobacco, il più internazionale del settore, si era aggiudicato la gara il 16 luglio 2003.

Tale fusione ha segnato la nascita di una realtà industriale pronta a competere in maniera incisiva nel mercato italiano.

La diretta presenza di BAT in Italia conferma la strategia del Gruppo britannico, orientato al maggior coinvolgimento nella realtà dei Paesi in cui opera. Solo negli ultimi dieci anni, BAT ha completato con successo transazioni complesse in molti paesi del mondo, comprese le principali privatizzazioni europee, dando prova di un'abilità d'integrazione unica, incentrata sulla tutela della gestione locale e sullo sviluppo dei marchi presenti in tali Paesi.

In questa ottica, British American Tobacco Italia S.p.A., con la sua forte connotazione di Azienda dal respiro internazionale, va ad occupare un ruolo di riferimento e di grande valore strategico per il sistema economico nazionale.

Con una quota di mercato di circa il 25% ed una presenza di oltre 25 marchi sia internazionali, tra cui Lucky Strike, Pall Mall e Dunhill, che nazionali (acquisiti da ETI), tra cui MS, British American Tobacco Italia si colloca al secondo posto tra gli operatori del settore in Italia, il secondo mercato più importante d'Europa.

IL GRUPPO BAT NEL MONDO

L'Azienda viene fondata nel 1902 da una joint-venture tra Imperial Tobacco Company (Regno Unito) e The American Tobacco Company (USA) con il nome di British American Tobacco Company. Nel 1911 The American Tobacco Company esce dal Gruppo e nel 1911 British American Tobacco viene quotata alla borsa di Londra.

Tra le tappe importanti che hanno permesso a British American Tobacco di avere una leadership in oltre 50 paesi si possono elencare: l'acquisizione dell'Azienda brasiliana Souza Cruz (1914), l'acquisizione di Brown&Williamson (1927), la fusione con Rothmans International (1999), l'affiliazione della canadese Imperial Tobacco Company (2000), la fusione tra Brown&Williamson e RJ Reynolds Tobacco Company (2004), l'acquisizione della turca Tekel (2008), della danese Skandinavisk Tobakscompagni (2008) e dell'indonesiana Bentoel Internasional Investama Tbk (2009).

La sede di British American Tobacco si trova a Londra, dove è quotata in borsa con un capitale di oltre 47 Miliardi di Sterline e con un utile netto di oltre due Miliardi di Sterline.

British American Tobacco è la Società più internazionale del settore del tabacco:

- Presente in oltre 180 mercati
- Ha una quota di mercato mondiale di circa il 13%
- Oltre 250 marchi (tra cui Lucky Strike, Kent, Dunhill, Pall Mall)



BIRRA PERONI

Nata prima dell'unità d'Italia a Vigevano, Birra Peroni è oggi un gruppo con 750 dipendenti e un fatturato di circa 700 milioni di euro. Uno dei nomi del made in Italy più conosciuti all'estero, la società - fondata da Francesco Peroni - nel 2003 è stata acquisita dal colosso sudafricano SABMiller. I marchi principali della società sono Peroni, Nastro Azzurro e Pilsner Urquell. Dai tre stabilimenti di Roma, Padova e Bari, escono ogni anno un miliardo di bottiglie di birra. La casa madre SABMiller, che con 70mila dipendenti sparsi in 75 paesi in cinque continenti è uno dei principali produttori al mondo di birra, controlla oltre 200 marchi. Il gruppo, che è anche uno dei principali imbottiglieri di Coca Cola del mondo, è quotato alle Borse di Londra e Johannesburg e ogni anno nel mondo vende 210 milioni di ettolitri di birra.

Dipendenti

750 in Italia. La casa madre SABMiller ha oltre 70mila dipendenti

Sede a Roma

Profili richiesti

Laureati in economia, giurisprudenza e scienze delle comunicazioni

Fatturato

700 milioni di euro. SABMiller a livello globale fattura circa 25 miliardi di dollari

BIRRA PERONI

www.birraperoni.it

www.SABMiller.com

Via Birolli 8, Roma

Sul nostro sito internet www.birraperoni.it è possibile caricare il cv scegliendo tra tutti i nostri dipartimenti.



BNL
GRUPPO BNP PARIBAS

La Banca

BNL è uno dei **principali gruppi bancari italiani**, con circa 3 milioni di clienti privati e 43mila tra imprese ed enti. Ad esso fanno capo le attività di banca commerciale (BNL bc), Artigiancassa (credito agevolato) e Ifitalia (factoring).

Con i suoi 98 anni di storia, BNL è tra i **brand più noti** in Italia.

Fondata nel 1913 come Istituto di Credito per la Cooperazione, nel '92 è stata trasformata in Società per Azioni da Banca di diritto pubblico controllata dal Ministero del Tesoro. Nel 1998, a seguito della privatizzazione mediante un'offerta pubblica di vendita, BNL è stata quotata alla Borsa di Milano.

Dal 2006 la Banca fa parte del **Gruppo BNP PARIBAS** - uno dei leader europei dei servizi bancari e finanziari e tra le banche più solide del mondo secondo la valutazione di Standard & Poor's - e l'Italia è diventata il "secondo mercato domestico".

Il Gruppo BNP PARIBAS

BNP PARIBAS è un **gruppo bancario internazionale**, è presente in oltre 80 paesi nel mondo. Dopo l'acquisizione di Fortis nel 2009, è diventata la prima banca della zona Euro per depositi. Ai due mercati domestici di Francia e Italia, si sono aggiunti anche Belgio e Lussemburgo.

Al fine di coniugare le attività di business con la sua dimensione mondiale, BNP PARIBAS ha organizzato la propria struttura in tre settori di attività: Retail Banking, Investment Solutions e Corporate & Investment Banking.

Il Gruppo è quotato alla Borsa di Parigi (CAC 40); è negoziato a Milano (nella sezione MTA International), Francoforte, Londra e New York; è inoltre presente nei principali indici borsistici internazionali.

Un polo integrato L'ingresso nel Gruppo BNP PARIBAS ha dato a BNL ulteriore slancio competitivo nel mercato italiano ed internazionale, nonché una nuova capacità di ampliare l'offerta di prodotti e servizi.

La strategia di sviluppo attuata dalla Banca ha accelerato la dinamica di acquisizione di nuova clientela, sia sul fronte retail sia su quello delle imprese.

Supporto alle imprese all'estero

BNL, con oltre **950 punti vendita** in Italia, offre **un'ampia gamma di prodotti e servizi bancari, finanziari e assicurativi**, da quelli tradizionali ai più innovativi, dedicati ai diversi segmenti di mercato: retail e private, corporate e pubblica amministrazione.

Ai clienti privati, BNL mette a disposizione strumenti di risparmio e di investimento, prodotti assicurativo-previdenziali, finanziamenti per le famiglie (mutui, credito al consumo) e servizi di e-banking. Tale offerta è stata rinnovata grazie anche all'expertise e alle piattaforme di prodotti, servizi e soluzioni degli altri poli di attività del Gruppo BNP PARIBAS.



BOCCHINO

1898

Quando, nel 1898, Carlo Bocchino, di ritorno dall'Argentina, decise di creare una piccola distilleria per utilizzare le vinacce del "Moscato di Canelli", sovvertì con coraggio e lungimiranza le usanze dell'epoca, per dare alla grappa quella nobiltà che prima le era negata dallo stereotipo, che durava da secoli, di distillato poco raffinato, confinato al consumo in osterie di basso profilo. Iniziarono così a fumare i tradizionali alambicchi a vapore in rame, in quella che è ancora oggi la sede principale della Distilleria Bocchino, vicino all'antico cuore della città, dove a pochi passi erano attive molte delle storiche Cantine locali. Carlo Bocchino era un innovatore, lasciò fermentare quelle vinacce fresche e ricche d'aromi, fino ad allora abbandonate sulle rive del torrente Belbo che attraversa Canelli, in contenitori moderni per l'epoca e perfezionò gli alambicchi con accorgimenti da lui stesso sperimentati. Nacque così la prima grappa di monovitigno, quella "Gran Moscato" destinata a rimanere un simbolo della produzione di prestigio firmata Bocchino. Erano i primi importanti passi di una realtà produttiva, perfetta sintesi tra tradizione e, per allora inedita, meticolosa ricerca qualitativa, che avrebbe fatto crescere rapidamente l'immagine e la diffusione del marchio Bocchino.

Il presente vede la guida di Carlo Micca Bocchino e della sorella Antonella che della tradizione di famiglia hanno ereditato la passione e l'amore per il proprio lavoro. Carlo, fin da giovane studente universitario, entra in azienda ricoprendo ruoli diversi, ma utili per costruirsi una conoscenza diretta. Con un'esperienza consolidata di anni, ma aperta, attraverso aggiornamenti e confronti con le realtà concorrenti, ad ogni stimolo migliorativo, egli è oggi la mente finanziaria e strategica di Casa Bocchino. Antonella, a 26 anni, abbandona l'idea di fare la mercante d'arte perché sente troppo forte il richiamo delle proprie origini. Inizia così un percorso interpretativo della sua terra che la porta a promuovere grappe di successo, di vitigni rari ed antichi o da frutti e bacche di bosco e ne rende evidente, negli anni, la creativa e dinamica imprenditorialità. Il reciproco ed armonico impegno di Carlo e Antonella promuove e sviluppa, nella continuità, i valori che hanno reso importante l'azienda. Come il rispetto e la cura per il territorio che trovano modo di esprimersi al meglio nei Solchi, tre preziose riserve ottenute dai vitigni storicamente ad esso legati.

Come nel sapiente rito della distillazione che nelle Gemme, una collezione di quattro grappe di vinaccia di moscato, di barbera e di nebbiolo da barolo, raggiunge livelli di particolare purezza. O come nell'arte dell'invecchiamento che nella grappa della Cantina Privata, di assoluta unicità, costituisce un'incomparabile patrimonio di sapori e profumi maturati in barriques e resi preziosi dal trascorrere di un tempo lungo diversi decenni....



Il gruppo CAT è uno dei Grandi leaders europei specializzato nella logistica di veicoli e ricambi per le autovetture.

Creato nel 1957 il gruppo CAT si è sviluppato negli anni ed ha maturato una competenza incomparabile nella logistica dell'automobile.

Con 35 filiali nel mondo e un fatturato superiore ai novecento milioni di Euro realizzati nel 2009, il gruppo CAT si posiziona tra i leaders della logistica automobilistica in Europa e nel mondo.

CAT crea e organizza gli schemi di distribuzione per i costruttori automobilistici (ricambi, vetture e 2 ruote) ed organizza il loro trasporto in Europa America Latina e Sud Africa.

CAT impiega 2750 persone e svolge la sua attività attraverso due settori di attività:

- **Divisione logistica cargo**, specializzata nella logistica di ricambi a monte e a valle della produzione e la distribuzione di moto in tutta Europa.
- **Divisione logistica veicoli**, che offre una gamma completa di prestazioni logistiche al servizio dei costruttori (autovetture e camion) e della loro rete, dei noleggi a corto e a lungo termine e delle flotte aziendali.

Il gruppo CAT, la cui sede è a Parigi, si appoggia sulla sua rete di filiali e di impianti che coprono la maggior parte dei paesi Europei ma anche la Turchia, i principali mercati dell'America Centro Sud e i mercati emergenti come India o Nord Africa. In sinergia con i suoi partners, il gruppo CAT può così offrire ai suoi clienti una rete multimodale e multifunzionale su scala mondiale.

Grazie all'impegno di migliaia di donne e di uomini che compongono le squadre CAT, il gruppo ha la volontà di proseguire a garantire ai suoi clienti il più alto livello di servizio del mercato e di diventare nei prossimi anni il leader incontestabile della sua industria.

IL GRUPPO CAT IN NUMERI

Numeri chiave del 2009 (in milioni di Euro)

- Fatturato consolidato 936

Ripartizione del fatturato per attività (in milioni di Euro)

- Logistica Cargo: 316
- Logistica Veicoli: 620
- Dipendenti: 2750

<http://www.pelletteriepaola.com/loghi/CatLogo.gif>



La CHIMEC nasce nel 1971, come azienda chimica industriale italiana che sviluppa ed applica trattamenti chimici sia per l'industria estrattiva e di raffinazione del petrolio che per i processi ad esso collegati, mirati alla risoluzione di fenomeni di corrosione, depositi ed emulsioni dirette ed inverse.

La CHIMEC è specializzata nella realizzazione, messa a punto ed applicazione di trattamenti a "performance" per il condizionamento chimico di idrocarburi, acque e per la decontaminazione di impianti petroliferi.

I servizi forniti, le tecnologie applicative, le prestazioni dei nostri prodotti, sono il risultato, unitamente all'apporto personale dei nostri specialisti, del nostro costante sviluppo nella ricerca, tesa al raggiungimento del risultato garantito nel rispetto dell'ambiente.

La CHIMEC è presente in Europa, Asia, Africa, Medio ed Estremo Oriente, America con tecnici specializzati nelle differenti realtà produttive industriali. I principali settori di attività sono i campi olio e gas, raffinerie, impianti chimici e petrolchimici, acciaierie, cartiere, zuccherifici, industrie farmaceutiche.

Un'ampia gamma di trattamenti, alcuni dei quali brevettati, sono messi a punto espressamente per le particolari esigenze dell'utente.

Molti di essi, aggiornati ed adeguati in corso d'opera, sono ormai ininterrottamente in uso con successo da oltre 30 anni.

La nostra produzione è suddivisa nelle seguenti linee:

- *Trattamenti delle acque industriali*
- *Trattamenti dei campi petroliferi e gas*
- *Trattamenti per processi di raffinazione e petrolchimica*
- *Decontaminazione impianti industriali*
- *Additivi per carburanti e combustibili*
- *Coloranti e denaturanti per prodotti petroliferi.*

Anni di intensa attività a contatto con la realtà industriale in oltre 40 Paesi ci assicurano consolidata esperienza e capacità di risolvere anche le situazioni più particolari con soluzioni efficaci ed innovatrici.

Crediamo nel rapporto con il cliente e nella condivisione dei suoi obiettivi. Crediamo nella positività delle risorse umane, nell'importanza di combinare razionalità e creatività, con l'entusiasmo che ci dà la spinta per migliorarci.



Il Consiglio Nazionale delle Ricerche (CNR) è Ente pubblico nazionale con il compito di svolgere, promuovere, diffondere, trasferire e valorizzare attività di ricerca nei principali settori di sviluppo delle conoscenze e delle loro applicazioni per lo sviluppo scientifico, tecnologico, economico e sociale del Paese. Un obiettivo che l'Ente vuole perseguire, dopo la riforma attuata con il decreto legislativo N.127 del 4 giugno 2003, alla luce di una missione ambiziosa: rappresentare una risorsa da valorizzare per lo sviluppo socio-economico del Paese. Alla base, il convincimento che l'attività di ricerca e sviluppo, determinante per la competitività del sistema economico nazionale, possa generare nuova occupazione, maggior benessere e maggiore coesione sociale.

L'Istituto sull'Inquinamento Atmosferico (IIA) svolge attività di ricerca e sviluppo tecnologico nel campo dell'inquinamento atmosferico in relazione ad aree urbane e industriali, nonché alle aree remote (i.e., polari). L'Istituto ricopre un ruolo di leadership nel contesto di progetti e programmi Internazionali, Europei e Nazionali finanziati dalla Commissione Europea, dai Ministeri dell'Università e della Ricerca, dell'Ambiente, della Difesa e degli Esteri, nonché da Enti Locali (i.e., comuni, province e regioni) e privati. Inoltre svolge un ruolo di supporto alle imprese nel settore del monitoraggio e controllo dell'inquinamento atmosferico. Presso il Campus della Sapienza di Pomezia, è operativo un Laboratorio Tecnologico nato per promuovere, sviluppare e trasferire l'innovazione tecnologica e i risultati della ricerca nel settore del monitoraggio ambientale sul territorio attraverso il telerilevamento.

CHI SIAMO

Coca-Cola HBC Italia è una delle maggiori società nel settore delle bevande analcoliche in Italia e il più grande imbottigliatore di prodotti della The Coca-Cola Company sul territorio nazionale. Ci occupiamo della gestione dei processi di produzione, vendita e distribuzione e di tutte le attività di Trade Marketing e Category Management nel paese.

La società fa parte del Gruppo Coca-Cola Hellenic, uno dei maggiori imbottiglieri di The Coca-Cola Company nel mondo, e il più grande in Europa. Coca-Cola Hellenic opera in 28 paesi e serve oltre 560 milioni di persone. La società, il cui Headquarter si trova ad Atene, è quotata alle borse di Atene, New York e Londra.

Coca-Cola HBC Italia è una realtà di 3.300 persone che opera con 8 impianti di produzione e 5 magazzini e un centro di assistenza tecnica, in tutta Italia esclusa la Sicilia. Serve circa 60 milioni di persone attraverso la produzione e la distribuzione di una gamma assolutamente unica di marchi di qualità, e opera con passione per conseguire i risultati commerciali, dimostrando leadership e impegno nei temi di responsabilità sociale.

LA NOSTRA EMPLOYER VALUE PROPOSITION

In Coca-Cola HBC Italia sono le persone a fare la differenza nella gestione della qualità, nel servizio al cliente, nella creatività, nella capacità di perseguire strategie vincenti.

La nostra People Strategy è articolata su quattro aree:

- **Opportunità di realizzarsi;**
- **Crescita e potenziale;**
- **Risultati ed impegno;**
- **Cultura aziendale;**

Grazie a percorsi di crescita mirati, valorizziamo il talento e sviluppiamo il potenziale di ognuno.

Per quattro anni consecutivi ci siamo classificati fra le prime 5 migliori aziende per cui lavorare in Italia nell'indagine condotta dal prestigioso Great Place To Work e nel 2009 ci siamo anche classificati tra i Top Employers d'Italia, un importante riconoscimento conferito alle aziende italiane che hanno scelto di mettere sul banco di prova le loro strategie di gestione HR per misurarle con le tendenze di mercato, che vantano modelli di HR management vincenti e che sono leader nella gestione del talento.

DAIICHI SANKYO, AZIENDA FARMACEUTICA GLOBALE FONDATA SULL'INNOVAZIONE

Daiichi Sankyo è un'azienda farmaceutica giapponese che opera a livello mondiale. Fondata nel lontano 1899, l'azienda è attivamente impegnata nella ricerca, nello sviluppo e nella produzione di farmaci. La mission di Daiichi Sankyo è quella di colmare i bisogni di cura ancora non soddisfatti di medici e pazienti. La filosofia alla base della ricerca del Gruppo è quella di identificare e sviluppare capostipiti di nuove classi terapeutiche (first-in-class) e farmaci che offrono significativi vantaggi rispetto a quelli già disponibili (best-in-class).

Daiichi Sankyo, quotata alla Borsa di Tokyo, è presente in oltre 50 paesi del mondo e conta su circa 30.000 dipendenti. Il Gruppo, nel 2009 ha fatturato 7,52 mld di Euro, di cui 1,5 mld investiti in Ricerca & Sviluppo (20,7 % del fatturato), occupando la 16° posizione nel rank mondiale del settore farmaceutico.

Daiichi Sankyo opera in 4 aree terapeutiche fondamentali: trombosi e ipertensione, oncologia, malattie immunitarie e artrite reumatoide.

L'Italia rappresenta uno dei paesi chiave dell'impegno di Daiichi Sankyo in Europa, soprattutto per quanto riguarda l'area cardiovascolare. Daiichi Sankyo Italia ha triplicato in 5 anni il suo peso nel mercato farmaceutico domestico raggiungendo nel 2009 54mln di fatturato e ha raddoppiato il numero di Informatori Scientifici che oggi sono più di 200.

Opportunità di inserimento

Ricerchiamo collaboratori motivati e di talento, ai quali offriamo opportunità di inserimento in un contesto caratterizzato da internazionalità, innovazione e professionalità.

I reparti aziendali di Daiichi Sankyo Italia S.p.A. sono:

- Corporate & Strategic Affairs
- Commercial Department
- Human Resources & General Affairs
- Medical & Regulatory Affairs
- Finance & IT

I principali ambiti di inserimento e di sviluppo professionale riguardano le aree Sales, Marketing e Medical.

Requisiti principali richiesti:

- Laurea in Medicina e Chirurgia o in altre discipline Scientifiche (Biologia, CTF, Informazione Scientifica del Farmaco, Chimica,...)
- Orientamento agli obiettivi e al lavoro di squadra, abilità relazionali, elevata flessibilità e capacità di pensare in modo imprenditoriale, automotivazione e orientamento allo sviluppo personale.
- Conoscenza della lingua Inglese
- Conoscenza del pacchetto Office

Deloitte è una tra le più grandi realtà nei servizi professionali alle imprese in Italia, dove è presente dal 1923. Vanta radici antiche, coniugando tradizione di qualità con metodologie e tecnologie innovative. I servizi di audit, tax, consulting e financial advisory sono offerti da diverse società e studi specializzati in singole aree professionali e tra loro separate e indipendenti, ma tutti facenti parte del network Deloitte. Questo oggi conta 2.700 professionisti, i quali assistono i clienti nel raggiungimento di livelli d'eccellenza grazie alla fiducia nell'alta qualità del servizio, all'offerta multidisciplinare e alla presenza capillare sul territorio nazionale.

Il Consulting di Deloitte, con un fatturato globale di oltre 7,5 miliardi di dollari, è la più grande realtà di consulenza manageriale privata e indipendente del mondo. In Italia Deloitte Consulting S.p.A. opera con uno staff di circa 600 professionisti attivi in cinque uffici e offre servizi che riguardano tutti gli aspetti della gestione direzionale e operativa. L'approccio proposto dal Consulting di Deloitte è quello dell' "Executable Strategy", in grado di far conseguire ai propri clienti un valore tangibile, significativo e capace di durare nel tempo, finalizzato ad anticipare i cambiamenti e a sentirsi continuamente supportati nelle decisioni complesse.

Il Consulting articola le proprie competenze in gruppi disciplinari omogenei (*Strategy, Operations, M&A Support, Customer Management & Strategy, Finance & Risk, Supply Chain Strategy, IT Advisory, Human Capital, Finance Process Solutions*) che, coordinati a livello internazionale, permettono di consolidare le conoscenze create da tutte le risorse del Network e di sviluppare le soluzioni da offrire ai clienti. Consapevole che ciascun mercato presenta delle peculiarità sue proprie in termini di regolamentazione, struttura dell'offerta, evoluzione della tecnologia e caratteristiche della domanda, i Professionisti del Consulting sono specializzati per "Industry": *Consumer Business & Retail, Energy & Resources, Financial Services Industry, Manufacturing, Public Sector, Telecom Media & Communication, Transportation.*

Il nome Deloitte si riferisce a una o più delle seguenti entità: Deloitte Touche Tohmatsu Limited, una società inglese a responsabilità limitata, e le member firm aderenti al suo network, ciascuna delle quali è un'entità giuridicamente separata e indipendente dalle altre. Si invita a leggere l'informativa completa relativa alla descrizione della struttura legale di Deloitte Touche Tohmatsu Limited e delle sue member firm all'indirizzo www.deloitte.com/about.

Presentazione aziendale

Dexia Crediop S.p.A.

Dexia è il Gruppo Bancario **europeo specializzato nei servizi finanziari al settore pubblico**, nato nel 1996 dalla fusione tra *Crédit Local de France, Crédit Communal de Belgique e Banque International de Luxembourg*.

Sin dalla sua creazione, la vocazione europea di Dexia ha sempre guidato la sua strategia di sviluppo; ad oggi il Gruppo è fortemente radicato in Europa. La sua attività si focalizza in Europa sul *Retail and Commercial Banking*, in particolare in Belgio, in Lussemburgo e in Turchia, sul *Public and Wholesale Banking*, fornendo agli operatori della finanza pubblica locale una gamma completa di soluzioni finanziarie.

Asset Management and Services offre servizi di *asset management* e assicurativi, in particolare ai clienti delle altre due *business lines*, che sebbene differenti interagiscono costantemente per servire al meglio i clienti e per supportare l'attività commerciale del Gruppo.

Dexia Crediop, la banca per la finanza pubblica e di progetto, è l'entità italiana del Gruppo. L'Istituto si posiziona all'avanguardia in termini di ampiezza dei servizi e dell'offerta: è, infatti, tra i primi attori nella finanza pubblica in Italia.

La banca unisce all'*expertise* internazionale del Gruppo un'**esperienza consolidata di oltre 90 anni**.

Nato nel 1919 come Consorzio di Credito per le Opere Pubbliche, è l'Istituto al fianco delle Pubbliche Amministrazioni per aiutarle a realizzare i grandi e i piccoli progetti di sviluppo del nostro Paese. Una tradizione di affidabilità che ha garantito anche il risparmio di milioni di famiglie, finanziando l'investimento più sicuro: l'impegno della collettività per far crescere l'Italia.

Dexia Crediop è oggi l'interlocutore di riferimento degli **Enti locali e territoriali**, delle **principali amministrazioni** e delle **più importanti aziende di servizi pubblici** per il finanziamento di opere e di infrastrutture, per l'emissione di titoli obbligazionari, per una gestione attiva del debito, per le operazioni di finanza strutturata, per il *project financing*, per la consulenza e l'assistenza in processi di privatizzazione e ristrutturazione, nonché per il *cash management*.

Contatti

Dexia Crediop S.p.A.

Via XX Settembre, 30 - 00187 Roma

Tel. 06/4771.1

www.dexia.com

selezionerisorseumane@dexia.com



LE MISSIONI DELLE FORZE ARMATE

La missione essenziale delle Forze Armate è la difesa dello Stato e la salvaguardia delle libere istituzioni da ogni possibile minaccia.

I compiti specifici previsti dalla Direttiva Ministeriale sono i seguenti:

- la difesa del Paese contro ogni possibile aggressione, al fine di salvaguardare l'integrità del territorio nazionale, la sicurezza delle vie di comunicazione e dei connazionali all'Estero;
- la salvaguardia degli spazi euro atlantici e il contributo della difesa collettiva della NATO;
- il contributo alla gestione delle crisi internazionali mediante la partecipazione ad operazioni di prevenzione, controllo e stabilizzazione per garantire la pace, la sicurezza e la legalità internazionale ed il rispetto dei diritti fondamentali dell'uomo;
- il concorso alla salvaguardia delle libere istituzioni e il soccorso alle popolazioni in caso di pubbliche calamità o di eventi eccezionali.

GLI ORGANI DI VERTICE

Gli organi di vertice delle Forze Armate sono il Presidente della Repubblica, il Consiglio Supremo di Difesa ed il Ministro della Difesa.

L'articolo 87 della Costituzione Italiana attribuisce al **Presidente della Repubblica** le seguenti competenze: il Comando delle Forze Armate, la dichiarazione dello stato di guerra deliberato dalle Camere e la presidenza del Consiglio Supremo di Difesa.

Il **Consiglio Supremo di Difesa** ha il compito di procedere all'esame delle problematiche di carattere generale, politico e tecnico attinenti alla difesa nazionale e alla determinazione dei criteri e delle direttive per l'organizzazione e il coordinamento delle attività che in essa confluiscono.

Il **Ministro della Difesa** è preposto all'amministrazione militare e civile della Difesa e ne rappresenta la massima autorità gerarchica e disciplinare. Allo stesso Ministro fanno direttamente capo due aree:

- *l'area tecnico-operativa*, al vertice della quale è posto il Capo di Stato Maggiore della Difesa che ha alle sue dipendenze i Capi di Stato Maggiore di Forza Armata (**Esercito, Marina, Aeronautica e Arma dei Carabinieri**)
- *l'area tecnico-amministrativa*, al vertice della quale è posto il Segretario Generale/Direttore Nazionale degli Armamenti che si avvale di **9** Direzioni Generali per lo sviluppo delle attività di approvvigionamento dei sistemi d'arma e di gestione integrata del personale militare e civile della Difesa.

COME CANDIDARSI

Per candidarsi è necessario entrare nell'homepage del portale del Ministero della Difesa www.difesa.it e accedere all'area dedicata **Entra nelle Forze Armate:**

<<http://www.difesa.it/segretario-sgd-dna/dg/persomil/concorsi>>



CHI SIAMO

In Italia, negli anni settanta, cominciava ad emergere e ad affermarsi una nuova professione: **l'agente immobiliare.**

Una nuova figura, alle prime armi, che si muoveva in un mercato immobiliare ancora disorganizzato e frazionato in diverse agenzie che continuavano a nascere ad un ritmo elevato.

Nel 1993 uno dei soci del gruppo, con l'intento di perfezionare ed organizzare al meglio il lavoro dell'agente immobiliare, offrendo così un maggiore servizio al cliente, **realizzò la prima banca dati di immobili:** dove ogni agente immobiliare poteva esporre i propri immobili e condividere il proprio portafoglio clienti con altri colleghi.

Alcuni anni dopo il progetto venne ripreso, migliorato e trasformato grazie anche all'apporto della vasta esperienza maturata negli anni dagli altri soci del gruppo. In un mercato dove una maggiore professionalità è sempre più richiesta, abbiamo creato un gruppo di seri professionisti, **presenti nel settore fin dal 1974**, aiutandoli a crescere, avviandoli alla carriera di imprenditori e sostenendoli nell'apertura di nuovi uffici.

Professionisti esperti in grado di assicurare un servizio completo alla clientela più esigente, grazie alle loro differenti e profonde conoscenze in transazioni immobiliari sviluppo, informatica e formazione in ambito europeo ed internazionale. Nel corso degli anni il gruppo ha ricevuto numerosi incarichi e premi:

- **"Top Commission Office"** e **"Top Transaction Office"** per la produzione dell'ufficio.
- **"Platinum Club"** e **"Hall of Fame"** per la produzione personale.
- **"Top Recruiting Office"** per il reclutamento e la formazione.
- **"Broker dell'anno"** per i riconoscimenti personali.
- **"Riconoscimento Europeo"** Per l'apporto dato allo sviluppo dei sistemi informatici.

Profilo Exprivia

Exprivia Spa (www.exprivia.it) è una società specializzata nella progettazione e nello sviluppo di tecnologie software innovative e nella prestazione di servizi IT. Exprivia pone le sue fondamenta su un patrimonio di competenze e una esperienza maturata con oltre 25 anni di presenza nell'Information Technology per i mercati Banche, Finanza, Industria, Energia, Telecomunicazioni, Utility, Sanità e Pubblica Amministrazione.

Grazie alla costante attività di R&S, Exprivia ha sviluppato un'offerta di soluzioni proprietarie sia per il mercato Bancario, la suite Global Credit Management per il presidio del rischio di credito, sia per il mercato Clinico-Sanitario, le soluzioni per la diagnostica dipartimentale, per i sistemi informativi ospedalieri e per i sistemi di gestione della sanità a livello regionale. Inoltre, il gruppo Exprivia propone soluzioni basate sulle principali piattaforme software di mercato in ambito ERP, BI, EAI-SOA, ECM, IMS, BPO, Capital Market e Web Mobile Application adottando avanzati modelli di gestione progetti e application management.

Exprivia eroga servizi innovativi implementando il modello del "Centro di Competenza" che, progettato seguendo una metodologia incentrata sui paradigmi ITIL, funge da "concentratore" e "diffusore" della conoscenza e dell'esperienza, al fine di garantire il delivery più adeguato. Inoltre, la localizzazione in remoto di alcuni centri di competenza, in modalità Nearshoring consente a Exprivia di erogare servizi di alta qualità a costi competitivi.

Quotata in Borsa Italiana dal 2000 e al segmento STAR da ottobre 2007, Exprivia conta attualmente un team di oltre 1400 persone distribuite fra le sedi in Italia, Spagna, Messico e Guatemala. Presidente ed Amministratore delegato è Domenico Favuzzi.

PROFILO – CHI SIAMO

Il Gruppo Ferrovie dello Stato è uno dei maggiori gruppi industriali italiani e una delle più importanti imprese di trasporto su ferro in Europa e nel mondo. Grandi investimenti in **tecnologia d'eccellenza** per continuare ad essere leader in sicurezza, primato comprovato da riconoscimenti scientifici internazionali, e garantire la crescita del sistema di mobilità con il forte sviluppo della rete ad alta velocità.

Un Gruppo fortemente integrato, innovativo e rivolto alla tutela dell'ambiente, formato da una holding che definisce le politiche e le strategie industriali e da una serie di aziende operative. Tra queste RFI, che ha la responsabilità dell'infrastruttura e della gestione della circolazione, Trenitalia che assicura il trasporto delle persone e delle merci e Italferr che opera sul mercato italiano ed internazionale nel campo dell'ingegneria dei trasporti.

Gli 85.000 dipendenti sono la vera forza del nostro Gruppo: inseriti nei diversi settori aziendali, si confrontano con un mercato in continua evoluzione anche a livello internazionale, creando innovazione e progresso al servizio del paese.

IL NOSTRO CANDIDATO IDEALE

Il nostro candidato ideale è un giovane laureato, brillante, con spirito di squadra e una forte motivazione ad apprendere e a mettersi in gioco nel raggiungere gli obiettivi aziendali, laureato con ottimi voti e con età un'età inferiore a 29 anni.

Siamo costantemente impegnati a **ricercare, scegliere e fidelizzare i migliori talenti**, in grado di contribuire con responsabilità e competenza a rendere il nostro business ogni giorno più competitivo

L'iter selettivo si differenzia a seconda della natura e della quantità dei ruoli da ricoprire, in modo da rispondere puntualmente alle svariate esigenze delle nostre Società del Gruppo. La procedura di selezione si sostanzia principalmente in:

- una serie di prove curate da un **pool di selezionatori** e finalizzate a valutare il profilo attitudinale e motivazionale del candidato, affinché risponda al modello di comportamento ritenuto indispensabile per operare con efficacia all'interno del nostro Gruppo
- un incontro con **i referenti Risorse Umane della Società** in cui il candidato dovrebbe essere inserito
- un incontro con il **manager della Struttura di inserimento** della potenziale nuova risorsa

Per inviare la propria candidatura

Entra nel nostro Gruppo, inserendo la tua candidatura spontanea nella nostra banca dati attraverso la compilazione del form on line nella sezione web "Lavora con noi" del sito www.ferroviedellostato.it, che rappresenta il nostro principale canale di reclutamento per l'acquisizione e la raccolta dei curriculum.



Un'esperienza di oltre 150 anni e una filosofia aziendale coerente con la tradizione fanno del Gruppo Fiorucci il leader nazionale nella produzione di salumi e nell'arte gastronomica italiana.

Presente con 4 siti produttivi in Italia e negli USA, il Gruppo Fiorucci contribuisce a custodire e sviluppare la cultura gastronomica italiana e si propone di essere "la migliore azienda di salumi e di gastronomia made in Italy nel mondo".

All'estero il Gruppo Fiorucci sviluppa oltre il 30 % del suo business attraverso la presenza in 62 paesi con filiali in Francia e nel Regno Unito.

La gestione delle risorse Umane: sviluppo di talenti 100% naturali.

Il Sistema di Gestione delle Risorse Umane Fiorucci rappresenta una colonna portante della Società, che segue ed accompagna con attenzione ogni candidato dalla selezione, alla valutazione, alla crescita interna, cercando di sviluppare con tempestività le competenze manageriali dei suoi professionisti e di far crescere e motivare i nuovi talenti.

Fiorucci adotta un Sistema di Gestione delle Risorse Umane che mette al centro la persona e che tiene in grande considerazione il **merito**.

Il primo momento importante è quello della selezione, a seguito del quale il candidato inserito viene accompagnato costantemente in un percorso di crescita e di motivazione.

Chi cerchiamo

Fiorucci ricerca persone ad alto valore aggiunto, sia giovani neolaureati, sia professionisti e manager di comprovata esperienza, candidati qualificati e con elevate aspettative, persone che siano alla ricerca di un'Azienda nella quale poter esprimere appieno le proprie potenzialità, proponendosi traguardi sempre più ambiziosi.

Iter selettivo

Il processo di selezione è diversificato e specifico a seconda del profilo ricercato. Per i neolaureati, è previsto un processo di Assessment Center al superamento del quale si passa ad un colloquio individuale tecnico con i responsabili della linea. Per i profili senior ed executive è previsto un colloquio individuale con le Risorse Umane ed un secondo step con i manager di linea.

Progetto Stage

Per i neolaureati da meno di 18 mesi è prevista una esperienza di stage che va da 6 mesi ad un anno. Cominciare il proprio percorso professionale in Cesare Fiorucci Spa con un'esperienza di stage permette alle risorse più giovani di lavorare a fianco di professionisti delle diverse aree potendo accrescere le proprie competenze e avendo l'opportunità di mettersi alla prova e di mostrare le proprie capacità.

PROFILO DELL'AZIENDA

Innovazione e cambiamento hanno caratterizzato la storia di GEWISS a partire dal 1970, anno della sua fondazione. Scommettendo sulla rivoluzionaria intuizione dell'uso del tecnopolimero nell'impiantistica elettrica GEWISS ha realizzato un lungo e continuo cammino di successi. Guidata dalla filosofia dello "**sviluppo come costante della gestione**" GEWISS è riuscita ad affermarsi negli anni come protagonista nel settore elettrotecnico internazionale nella produzione di soluzioni per **la domotica, l'energia e l'illuminotecnica**. Il Gruppo GEWISS, con sede principale a Cenate Sotto (BG), si presenta oggi come una realtà internazionale, con siti industriali e filiali commerciali in Italia, Francia, Germania, Inghilterra, Spagna, Portogallo, Cina, Russia, Turchia, Romania, Cile, Emirati Arabi e agenzie in più di 80 paesi nel mondo.

CANDIDATURE ABITUALMENTE RICHIESTE

Entrare in Gewiss vuol dire operare in una realtà internazionale, stimolante, in **continua evoluzione**, che vive il cambiamento come un'occasione per **distinguersi e crescere**, sperimentare nuove opportunità. Lavorare in Gewiss significa anche vivere in ambienti funzionali nei quali la concezione dello spazio valorizza le relazioni interpersonali e il **lavoro di gruppo**.

Tre sono i percorsi tradizionali d'ingresso in azienda per i neodiplomati e i neolaureati:

- **Area Tecnica** (Ricerca & Sviluppo, Produzione, Logistica)
- **Area Commerciale** (Vendite, Marketing, Comunicazione e Formazione)
- **Area Servizi** (Risorse Umane, Amministrazione, Finanza, Controllo di Gestione, Sistemi Informativi, Qualità)

SPECIALIZZAZIONI E TITOLI DI STUDIO RICERCATI

GEWISS pone la massima cura nel reclutamento delle risorse umane, attraverso lo staff della Direzione Risorse Umane e con l'intervento delle linee funzionali. I nostri candidati ideali hanno un **diploma** o una **laurea**, parlano in modo fluente la **lingua inglese**, sanno utilizzare i più diffusi supporti informatici e sono disponibili ad intraprendere **esperienze internazionali**.

I titoli di studi principalmente ricercati sono:

- **Laurea:** in Ingegneria Gestionale, Meccanica, Elettrica, Elettronica, Informatica, Economia e Commercio, Lingue
- **Diploma:** in Meccanica, Elettrotecnica, Elettronica, Ragioneria, Lingue
- **Qualifica Professionale:** in Meccanica, Plastica, Impianti Elettrici

INVIO DEI CURRICULA

Canale privilegiato per candidarsi è il portale **www.gewiss.com**, dove compilare l'apposito format nella sezione "Lavorare in Gewiss".

I NUMERI DELL'AZIENDA

Fatturato 2009 (Consolidato) 291,6 milioni
N. Dipendenti (Gruppo) 1.603

ReSound



rediscover hearing

GN ReSound

Il Gruppo GN ReSound, consociata di GN Store Nord A/S, opera come azienda Leader a livello internazionale nel settore audiologico.

La casa madre del gruppo GN ReSound si trova a Ballerup (Copenhagen), Danimarca.

GN ReSound ha filiali in 25 nazioni e distributori in oltre 80 paesi, attualmente lavorano per il gruppo circa 3,300 persone in totale.

GN ReSound è uno dei più grandi fornitori al mondo di apparecchi acustici e di strumentazioni e software per l'audiologia e la vestibologia.

Il Gruppo è composto di 4 marchi: ReSound, Beltone, Interton e Otometrics.

La missione di GN ReSound è offrire soluzioni innovative per l'udito in maniera da apportare all'utente finale maggiore soddisfazione ed una ancor più facile accettazione dell'apparecchio acustico; qualità che rendono GN ReSound la scelta naturale per i professionisti dell'udito.

HAWORTH®

Essere presenti in più di 120 paesi nel mondo con centri di ricerca e sviluppo, stabilimenti di produzione in Cina, Francia, Germania, Italia, Portogallo, Spagna, Svizzera, India, Canada e Stati Uniti, è una realtà globale che Haworth costruisce nel tempo, dal 1948, anno di fondazione fino ad oggi.

Leader nella progettazione e produzione di ambienti di lavoro flessibili e sostenibili, Haworth negli ultimi 25 anni è diventata punto di riferimento del settore con linee di prodotto che comprendono pareti mobili, pavimenti galleggianti, sistemi di arredo, scrivanie, sedute, arredi direzionali, soluzioni di archiviazione, tavoli, accessori per l'illuminazione e il cablaggio.

Traguardi resi possibili dalla forza di un grande gruppo sostituito da oltre 6.200 dipendenti in 3 continenti e più di 600 distributori in tutto il mondo con un fatturato globale pari a 1,1 miliardi di dollari nel 2009. Sessanta anni di attività, esperienza ed innovazione che non si fermano e che seguono il ritmo del mondo che cambia.

Crediamo che i risultati positivi di un'azienda siano direttamente correlati alla soddisfazione delle persone che vi lavorano. Ecco perché da anni il team Haworth Design Studio investe in ricerche nell'ambito delle scienze umane quali ergonomia, psicologia cognitiva e ambientale, antropologia culturale, per arricchire la conoscenza delle dinamiche relazionali tra persone-lavoro-ambiente.

Una grande attenzione allo sviluppo dei prodotti distingue Haworth Europe, che conta su di un team dedicato, con Centri di eccellenza distribuiti in 3 paesi, ciascuno con la propria specializzazione. I team europei condividono esperienze e metodologie, vantando una importante esperienza nella progettazione ergonomica, consentendo ai prodotti di superare gli standard qualitativi europei.

Oggi in Europa Haworth conta più di 1.650 dipendenti metà dei quali lavora nelle 8 strutture produttive situate in Francia, Germania, Italia, Portogallo, Spagna e Svizzera, tutti conformi ed in linea con gli standard di qualità e ambientali europei.

COME CANDIDARSI:

Inviare il proprio cv alla mail <hritaly@haworth.com>



Acronimo delle iniziali del suo fondatore **Ingvar Kamprad** e di Elmtaryd e Agunnaryd, la fattoria e il villaggio svedese di nascita, IKEA nasce nel 1943 come ditta di vendita per corrispondenza di tanti piccoli articoli di uso quotidiano: penne, fiammiferi, orologi e persino bustine di semi e decorazioni natalizie. Poi l'assortimento si amplia e nel 1950 i mobili entrano a farne parte. Nello stesso anno Ingvar realizza una pubblicazione dove, in 16 pagine, illustra il suo assortimento: è nato il primo catalogo IKEA!

Nel 1953 la sede dell'azienda viene trasferita a Älmhult, un piccolo centro nel sud della Svezia, dove nel 1958 Ingvar Kamprad apre il suo primo negozio. È l'inizio di una fortunatissima attività, in cui IKEA si specializza gradualmente in mobili e complementi d'arredo sviluppando un proprio assortimento esclusivo, progettato internamente e fatto poi realizzare da fornitori esterni, spesso in altri Paesi.

Fin dall'inizio, l'obiettivo dell'azienda è quello di **offrire un assortimento di articoli di arredamento funzionali e di buon design a prezzi così vantaggiosi da permettere al maggior numero di persone di acquistarli**. Nel 1965 IKEA approda a Stoccolma, dove il gran successo riscosso fin dal giorno dell'inaugurazione sancisce definitivamente l'ingresso sul mercato in grande scala.

Sempre nel 1965, a Stoccolma, si inaugura anche il nuovo spazio di vendita di IKEA, il **Mercato**. Qui si trovano complementi d'arredo di ogni tipo, in un ambiente fatto di piccole botteghe specializzate, proprio come in un mercatino tradizionale: Lampade, Cornici & Poster, TuttoBimbi, Casa Ordine, Shop Cucina, Vetro & Porcellana, Tappeti, Angolo Verde, Tessuti, Biancheria da Letto, Biancheria da Bagno.

A partire dagli anni '60, IKEA conosce un'espansione quasi senza limiti: dalla Scandinavia alla Svizzera, dall'Europa all'America, all'Asia. Oggi IKEA ha 280 negozi e attraverso 197 milioni di cataloghi pubblicati in 29 lingue, diffonde il proprio design e le proprie tradizioni in tutto il mondo.

IKEA è diventata un'efficace ambasciatrice dell'immagine e dello stile di vita svedese nel mondo. Il 24 maggio 1989 è arrivata anche in Italia con il primo punto vendita di Cinisello Balsamo (MI) chiuso nel 1998 in concomitanza con l'apertura del più grande negozio di Carugate (24.500 mq), sempre nella periferia di Milano.

Il 2006 vede la nascita in Italia di **IKEA Family**, la carta fedeltà che offre ai soci diversi vantaggi: servizi dedicati, prezzi più bassi su alcuni prodotti, inviti a laboratori e seminari, una rivista d'arredamento gratuita.

I 18 negozi italiani di IKEA, dove lavorano oltre 6.000 collaboratori, accolgono ogni anno oltre **43 milioni di visitatori l'anno**.



Imperial Tobacco is a leading international tobacco company with a balanced market footprint and a unique portfolio that offers consumers high quality brands and products across all tobacco categories.

The Group has a presence in over 160 countries worldwide and operates 51 manufacturing sites.

The success of our strategy and the versatility of our total tobacco portfolio, further building on our excellent track record of creating sustainable shareholder value.

We take great pride in being a developing global organisation that continues to encourage a friendly working atmosphere. We have a loyal and highly motivated workforce and place a strong emphasis on maintaining high ethical standards in all of our business activities.

Our success is as much about our people as it is about our products and markets. We employ around 38,000 people. We look after them and value them for their individuality and diversity, their integrity, and their hard work. Our culture is one that encourages innovation and rewards performance.

Our people are encouraged both to develop as individuals and to co-operate for the greater good of the business, sharing information and resources. It is a team effort where autonomy and personal responsibility are encouraged – individual decisions matter because they play a key role in our future success.

Complementing our global strategic cigarette brands Davidoff, Gauloises Blondes and West is our world number one position in fine cut tobacco (Golden Virginia, Drum Origenes), cigars (Coiba, Montecristo), papers (Rizla) and tubes.

We continue to leverage the strength of our portfolio through trade marketing excellence and our focus on innovation.

We use our assets - our brands, our total tobacco portfolio, our broad market footprint and our people - to build sales and have three particular areas of focus when applying our strategy: consumer centricity, execution excellence and future foundations.

JOIN US

Imperial Tobacco Italia is looking for passionate, achievement-oriented people who are prepared to challenge themselves and others, and to stand up for what's right for our business.

We are investing in the recruitment of talented, ambitious, smart and independent graduates with high potential looking for a national or international careers.

We encourage entrepreneurial thinking; we learn from our mistakes and celebrate our successes, and place emphasis on personal accountability. Building relationships across the Group and externally is also important for our business.

We invite you to find out more about us on our website (www.imperialtobacco.com)

You can also send your cv to us selezione@it.imptob.com



La nostra azienda

Indesit Company è tra i leader in Europa nella produzione e commercializzazione di grandi elettrodomestici (lavabiancheria, asciugabiancheria, lavastoviglie, frigoriferi, congelatori, cucine, cappe, forni e piani di cottura). E' leader assoluta in importanti mercati come l'Italia, il Regno Unito e la Russia. Il fatturato dell'Azienda, fondata nel 1975 e quotata dal 1987 alla Borsa di Milano, nel 2009 è stato di 2,6 miliardi di euro. Indesit Company ha 16 stabilimenti produttivi (Italia, Polonia, Regno Unito, Russia e Turchia) e occupa 16.000 persone. Indesit, Hotpoint-Ariston e Scholtès sono i principali marchi del Gruppo.



Indesit Company non rappresenta soltanto un modo di lavorare, ma anche un modo di essere, in cui i valori fanno la differenza. L'azienda offre l'opportunità di crescita in un ambiente internazionale, caratterizzato da un forte spirito di team e di sfida continua per il raggiungimento degli obiettivi.

I valori aziendali (Innovative, Respectful, Ambitious, In Touch e Genuine) guidano il business: lavorare con noi significa avere una mentalità giovane, essere dinamici e veloci, curiosi e desiderosi di sperimentare nuove soluzioni. Da questa capacità propositiva si crea valore, nascono le innovazioni, caratteristica fondamentale dell'azienda. Dinamicità e velocità nelle decisioni vanno di pari passo con la flessibilità e la capacità di adattarsi ai cambiamenti.

Ai newcomers vengono sin da subito assegnati progetti sfidanti che, insieme ad una continua e strutturata attività di formazione tailor-made, permettono di inserirsi agevolmente in azienda.

Il "cross cultural approach" è il principio su cui si basa la politica di gestione delle risorse umane che mira a trasmettere un'unica identità aziendale, rispettando le diversità delle realtà locali in cui opera. In azienda vi sono 35 nazionalità differenti: la diversità è una ricchezza che si alimenta con continui processi di conoscenza, integrazione e scambio tra persone appartenenti a culture differenti e rappresenta per le nostre persone occasioni di arricchimento umano e di crescita professionale.

Headquarter: Fabriano (AN), Viale Aristide Merloni 47, Tel +39 07326611

Fatturato 2009
2.6 miliardi di €

N. Dipendenti
16.000

Web site
www.indesitcompany.com

Per inviare il CV
www.indesitcompany.com/joinin



PROFILO AZIENDA

Groupe Adeo è una realtà internazionale presente in 12 paesi con 58.000 collaboratori, 889 punti vendita e 8 insegne, in forte sviluppo sia a livello internazionale che in Italia. Oltre ai negozi Leroy Merlin, fanno parte del gruppo le insegne BRICOCENTER (Italia) OBI' (Francia), AKI (Spagna e Portogallo), i 400 negozi WELDOM, le insegne DomPro, Zodio e Kbane (Francia) e i punti vendita BRICOMAN (Italia, Francia e Spagna), hard discount del bricolage.

Un punto vendita Leroy Merlin ha i numeri di una media azienda italiana: 100 collaboratori, 10.000 m2 di area vendita e un'offerta di oltre 65.000 prodotti. Il nostro obiettivo è aiutare i nostri clienti a sognare la loro casa e a realizzare i loro progetti, con un'offerta di prodotti molto ampia: dalla decorazione ai materiali da costruzione, dall'arredo bagno al giardinaggio, dal piccolo bricolage alla falegnameria.

In Italia siamo in pieno sviluppo. In seguito all'acquisizione dei punti vendita Castorama contiamo oggi 45 punti vendita sul territorio italiano, e abbiamo in previsione ulteriori aperture. Siamo costruendo un'azienda che fonda il proprio successo sulle persone, clienti e collaboratori, su un ambiente sereno e meritocratico, dove ognuno porta il proprio contributo con responsabilità e autonomia e dove i risultati sono condivisi.

PERCORSI PROFESSIONALI

Per continuare ad accrescere la nostra azienda nei prossimi anni, in tutta Italia, ma in particolare per Lombardia, Veneto e Friuli Venezia Giulia, siamo alla ricerca di neolaureati che possano entrare in azienda e seguire un percorso di formazione specifico (percorso Allievi Capo Settore) che li porterà nel giro di 15 mesi a ricoprire la missione di Capo Settore. I neolaureati possono candidarsi indipendentemente dal percorso di studi, la selezione, mirata a individuare capacità e inclinazioni è molto orientata alle componenti motivazionali e attitudinali. Nei candidati ricerchiamo la predisposizione ai rapporti umani, leadership, spirito di squadra, capacità di comunicazione e organizzazione. L'iter di selezione è composto da più fasi, che possono anche prevedere colloqui di gruppo e test. Le persone che assumiamo, saranno inserite all'interno di una squadra e, grazie all'accompagnamento del Capo Settore Tutor, alle formazioni d'aula, al vivere il mestiere tutti i giorni "sul campo" in 15 mesi, acquisiranno tutte quelle conoscenze e competenze che gli permetteranno di prendere in prima persona la responsabilità di una squadra e di un settore merceologico ed iniziare una carriera da manager all'interno di un grande gruppo.

Luxottica Group è leader nel settore degli occhiali di fascia alta, di lusso e sportivi, con oltre 6.350 negozi operanti sia nel segmento vista che sole in Nord America, Asia-Pacifico, Cina, Sudafrica, Europa e un portafoglio marchi forte e ben bilanciato. Tra i marchi propri figurano Ray-Ban, il marchio di occhiali da sole più conosciuto al mondo, Oakley, Vogue, Persol, Oliver Peoples, Arnette e REVO mentre i marchi in licenza includono Bvlgari, Burberry, Chanel, Dolce & Gabbana, Donna Karan, Polo Ralph Lauren, Prada, Salvatore Ferragamo, Tiffany e Versace.

Oltre a un network wholesale globale che tocca 130 Paesi, il Gruppo gestisce nei mercati principali alcune catene leader nel retail tra le quali LensCrafters, Pearle Vision e ILORI in Nord America, OPSM e Laubman & Pank in Asia-Pacifico, LensCrafters in Cina e Sunglass Hut in tutto il mondo.

I prodotti del Gruppo sono progettati e realizzati in sei impianti produttivi in Italia, in due, interamente controllati, nella Repubblica Popolare Cinese e in uno negli Stati Uniti, dedicato alla produzione di occhiali sportivi. Nel 2010, Luxottica Group ha registrato vendite nette pari a €5.8 miliardi. Ulteriori informazioni sul Gruppo sono disponibili su www.luxottica.com.



CHI SIAMO

McDonald's nasce nel 1955 negli USA e approda in Italia 30 anni dopo, con l'apertura del suo primo ristorante a Bolzano, diventando ben presto la più grande catena di ristorazione veloce sul mercato. L'impegno di McDonald's oggi si concentra in alcune aree chiave: l'innovazione e la localizzazione dei menu; il cambiamento di immagine nei nostri ristoranti; le iniziative legate all'ambiente, alla nutrizione e al sociale. L'obiettivo è andare sempre più incontro alle richieste dei consumatori italiani, evolvendosi nel concetto di *casual restaurant*, ovvero coniugando buon cibo - servito velocemente - ad un'esperienza sul ristorante unica e distintiva. Oggi McDonald's è tra i primi dieci brand al mondo (fonte: Interbrand).

LA NOSTRA MISSION

Essere il modo e il luogo di mangiare preferito dai nostri clienti.

LA NOSTRA PROMESSA

Da FAST FOOD a GOOD FOOD FAST, ovvero puntare a servire il cliente in maniera eccellente e velocemente, senza costringere a consumare altrettanto velocemente.

I NOSTRI VALORI

- Mettiamo l'esperienza del cliente al centro di tutto ciò che facciamo;
- Teniamo alle nostre persone;
- Crediamo nel Sistema McDonald's;
- Gestiamo il nostro business in maniera etica;
- Restituiamo alle nostre Comunità parte di ciò che abbiamo ricevuto;
- Facciamo crescere il nostro business in modo profittabile;
- Puntiamo continuamente a migliorare.

Nel 2011, per la quarta volta, abbiamo ricevuto il riconoscimento del Great Place to Work Institute come una delle migliori aziende per le quali lavorare.

DATI SINTETICI DELL'AZIENDA

Organico

A livello mondiale:

1,6 milioni di dipendenti

32.000 ristoranti

52 milioni di clienti/giorno

Presente in 118 paesi

A livello italiano:

oltre 14.500 dipendenti

411 ristoranti

103 McCafé

192 McDrive

650.000 clienti/giorno

Presente in tutto il territorio italiano

FATTURATO

A livello mondiale: 23.000 milioni USD

A livello italiano: 904 milioni di € (+8,4% rispetto al 2009)

MEDIAMARKET S.p.A è la realtà italiana di MEDIAMARKT Saturn Holding GmbH, appartenente al gruppo METRO AG (DAX: MEO), prima catena di elettronica di consumo in Europa con 818 megastore distribuiti in 16 paesi europei*. L'Italia rappresenta il 12% nel giro d'affari complessivo del Gruppo, seconda solo alla Germania per fatturato e numero di dipendenti. (*dati esercizio 2009)

In Italia MEDIAMARKET S.p.A, con un fatturato 2009 pari a 2.352 milioni di Euro (net VAT) e un organico di oltre 7.500 collaboratori, è la prima azienda retail di elettronica di consumo con le insegne Media World, Saturn e Media World Compra On Line.

Il primo punto vendita Media World apre nel 1991 a Curno (Bg) mentre, il primo Saturn, viene inaugurato a Milano nel 2001. Oggi a distanza di soli 20 anni i punti vendita Media World sono 87, collocati prevalentemente nei principali centri commerciali con una superficie media di vendita di 2500 mq; Saturn è presente con 15 store e si caratterizza per un posizionamento all'interno dei principali centri urbani.

Dal 1995 Media World è on line con il sito www.mediaworld.it e dalla fine del 1999 è attiva anche nell'e-commerce con Media World Compra On Line, ad oggi il primo sito e-commerce di beni di elettronica B2C in termini di accesso/anno e fatturato. Raggiungibile in rete anche Saturn all'indirizzo www.saturn.it.

Nel 2010 MEDIAMARKET ha ottenuto il 19° posto nella classifica dei "35 Great place to Work" in Italia (fonte: Great Place to Work Institute Italia, www.greatplacetowork.it).

Dal 2003 MEDIAMARKET è attiva nel campo sociale e solidale in stretta collaborazione con il CESVI (Cooperazione e Sviluppo) con cui ha realizzato diversi progetti. Dal 2004 la catena sostiene la Casa del Sorriso a Cape Town, un luogo di rifugio per mamme e bambini fuggiti da un destino di violenza e di abusi, attraverso diverse iniziative per raccogliere i fondi destinati alla costruzione e al mantenimento della struttura.

Non solo sociale ma anche eco sostenibilità per MEDIAMARKET che dal 2007 ha sviluppato Pro Green per Media World e Eco Tecno per Saturn. Due programmi di sensibilizzazione del consumatore verso un acquisto consapevole di beni di elettronica di consumo al fine di preservare l'ambiente e le sue risorse naturali.

Microsoft Italia: profilo dell'azienda

Fondata nel 1975, Microsoft è leader mondiale nel software, nei servizi e nelle tecnologie Internet per la gestione delle informazioni di persone ed imprese. Inoltre, la società a insieme ai suoi partner è impegnata a diffondere presso le aziende e i consumatori soluzioni di cloud computing. Microsoft vanta infatti una lunga esperienza in questo settore e oggi milioni di utenti in tutto il mondo stanno già utilizzando servizi cloud based, dalle soluzioni di produttività personale e di gruppo all'hosting e sviluppo di applicazioni, dalla gestione di infrastrutture informatiche all'intrattenimento e alla mobilità. Da oltre 15 anni, l'azienda ha maturato una profonda conoscenza in ambito cloud computing, estendendola a tutti i campi di applicazione, dal business al consumer.

Microsoft ha quasi 90mila dipendenti nel mondo e nell'anno fiscale che si è chiuso lo scorso 30 giugno 2010 ha registrato un fatturato pari a \$62.5 miliardi di dollari.

Microsoft Italia

Microsoft Italia è parte integrante e attiva dell'area Western Europe di Microsoft. Fondata nell'ottobre del 1985, la filiale dell'azienda di Redmond è presente sul territorio italiano con tre sedi principali, a Milano, Roma e Torino. Conta oltre 850 dipendenti con un'età media di circa 38 anni e 25mila aziende partner. E' anche grazie a loro che la filiale italiana di Microsoft è diventata uno dei protagonisti dell'evoluzione informatica e dello sviluppo del nostro Paese, accompagnando milioni di imprese e individui verso l'innovazione tecnologica. In particolare, Microsoft Italia insieme ai suoi partner ha attivato numerosi programmi volti a sensibilizzare aziende e consumatori sui benefici derivanti dalle soluzioni di Cloud computing.

Per avere maggiori informazioni www.microsoft.it/cloudpower.



Nissan Motor Company è un gruppo industriale giapponese capace di progettare, produrre e vendere ogni anno più di 3 milioni di veicoli in oltre 190 Paesi. Ha solide basi per lo sviluppo ed è tra le case automobilistiche con maggiore redditività. La prima vettura, con il nome DAT, viene prodotta in Giappone nel 1914, mentre l'Azienda assume il nome di Nissan Motor Company LTD nel 1934. Fino agli anni '50 Nissan cresce e si consolida sul mercato giapponese, per poi iniziare l'espansione verso i mercati esteri.

Nel 1959 viene inaugurato il primo stabilimento negli Stati Uniti ed inizia la produzione in Spagna, nel 1983 nasce l'impianto di Sunderland in Inghilterra.

Nel 1999 Nissan firma uno storico accordo di Alleanza strategica globale con Renault che prevede partecipazioni incrociate di capitali, scambio di know how e piattaforme comuni.

La lunga tradizione costruttiva rappresenta una delle maggiori credenziali di una organizzazione dinamica e totalmente proiettata verso un futuro di crescita e affermazione tra le realtà automobilistiche leader a livello mondiale. In tale ottica, Nissan si è dato un importante obiettivo legato alle necessità di una mobilità sostenibile: diventare leader nella produzione dei veicoli ad emissioni zero.

Nissan Italia ha cominciato a operare nel 1988 occupandosi della promozione, della distribuzione e della vendita sul territorio nazionale dei veicoli, ricambi, accessori e servizi legati al marchio Nissan, attraverso la Rete di Concessionarie ed Officine Autorizzate. La Direzione Generale, il Centro di Distribuzione Ricambi per l'Italia ed il Centro di Formazione e Addestramento si trovano a Capena, alle porte di Roma.

PERCORSI PROFESSIONALI

Nissan Italia ha raggiunto traguardi importanti grazie al talento della sua gente: personale preparato, versatile ed ambizioso. Il Programma di Sviluppo delle Risorse Umane (Human Resources Development Programme - HRDP), ispirato alla filosofia del miglioramento continuo, è diffuso a tutti i livelli e supporta lo sviluppo professionale facendo emergere talento e competenze attraverso percorsi di carriera individuali, job rotation e interventi formativi.

Nissan promuove una nuova cultura d'impresa che mira alla formazione manageriale con forte orientamento ai risultati e consapevolezza delle azioni da adottare per raggiungerli. Sia i giovani laureati, sia i partecipanti al programma Stage sono inseriti nell'"Induction Training Programme", volto ad una conoscenza globale dell'Azienda e del mercato dell'auto.

Le aree di inserimento per i neo laureati sono:

- Marketing/Commerciale
- Assistenza Tecnica/Ufficio Clienti
- Logistica
- Amministrazione, Finanza e Controllo
- Risorse Umane

Presentazione aziendale

Procter & Gamble, nata nel 1837, è oggi una multinazionale leader nel settore della ricerca, della produzione e della commercializzazione di beni di largo consumo. Dispone di 80 stabilimenti di produzione, 25 centri di ricerca e 127.000 dipendenti in tutto il mondo, per un fatturato annuo di circa 79 miliardi di dollari. P&G è presente in Italia dal 1956, dove attualmente lavorano circa 3.000 persone, distribuite tra Roma, Milano, Mantova, tre stabilimenti di produzione a Pomezia (RM), Gattatico (RE), Campochiaro (CB) e un centro di ricerca sede a Pomezia.

Opportunità di inserimento, di carriera e sedi di lavoro

Scopo della formazione in P&G è sviluppare le potenzialità degli individui senza però eliminare gli elementi di distinzione degli uni dagli altri. La diversità è percepita come un patrimonio. L'azienda mette a disposizione dei dipendenti strumenti di apprendimento sia tradizionali (in aula) sia computer-based. Ma gli strumenti più efficaci sono soprattutto la responsabilità fin dal primo giorno e la formazione. Esistono opportunità di inserimento in tutte le funzioni aziendali: Marketing, Consumer Market Knowledge, Customer Business Development (Commerciale), Finanza e Controllo, Produzione, Ricerca e Sviluppo, Information & Decision Solutions, Risorse Umane, Legale, Relazioni Esterne.

Requisiti richiesti

Cerchiamo persone che sappiano prendere decisioni e assumersi responsabilità; lavorare in team e far leva sulle conoscenze ed esperienze acquisite per raggiungere risultati concreti di business; essere rigorose e precise nell'organizzazione del lavoro; coinvolgere altre persone nelle loro iniziative; integrare logica ed intuizione al fine di produrre brillanti risultati; innovare e suggerire nuove soluzioni. E' possibile trovare ulteriori informazioni sul sito www.pgcareers.com

Procter & Gamble

www.pgcareers.com

Via Giorgio Ribotta 11
00144 Roma
Italia

Fatturato: 79 miliardi di dollari

Numero dipendenti: 127.000 nel mondo

Settore di appartenenza: Largo Consumo



Palombini. Passione ed esperienza: dal vero espresso italiano all'innovazione della cialda.

Il cuore nella tradizione, lo sguardo verso il nuovo. **EspressAroma**, azienda italiana specializzata nel caffè di alta qualità, sta mettendo a frutto -con il marchio Palombini- le notevoli potenzialità del sistema ESE con una gamma di cialde espresso e, novità assoluta, anche di tè, camomilla, "energy coffee" e infusi.

Nasce da un'idea di Giovanni Palombini, uomo creativo e votato all'innovazione, nonché grande intenditore di caffè. **EspressAroma** affonda le radici nella **Torrefazione Palombini**, fondata a Roma nella prima metà del '900 e subito diventata un punto di riferimento per i consumatori romani più attenti e addirittura caffè preferito da Papa Pio XII. Il figlio Aldo, che eredita la medesima passione per il buon caffè, dirige con determinazione il successivo processo di sviluppo industriale dell'azienda, potenziando la sua fama mediante la cura nei dettagli di ogni fase del lungo percorso produttivo e la diffusione dell'espresso italiano di alta qualità in Europa, Nord America e Asia.

La competenza merceologica, l'esperienza pluriennale, i notevoli investimenti in ricerca e sviluppo, nonché i piani pubblicitari costanti e mirati hanno guidato la progressiva affermazione del marchio Palombini.

In azienda, l'eccellenza è "un'abitudine": EspressAroma è una delle pochissime aziende del settore ad aver conseguito la certificazione ISO 9001/2000 e le certificazioni STP per le singole miscele di caffè. Secondo la filosofia aziendale, il prodotto offerto deve soddisfare le richieste del cliente esigente in qualunque luogo egli si trovi. Di conseguenza, negli ultimi anni EspressAroma ha profuso un grande impegno nella concretizzazione del suo progetto ambizioso, oggi divenuto realtà: espandere la tradizione dell'espresso all'italiana, evitando che un'esecuzione non appropriata ne sacrifichi la resa finale, coniugandola con l'innovazione. Palombini è diventato lo *specialista nella cialda*.

Obiettivo: gratificare il consumatore.

Sulla scorta dell'esperienza e della competenza specifica ed esclusiva, unite alla consapevolezza che la cialda dà "sempre" la bevanda "perfetta", Palombini ha realizzato una nuova gamma di prodotti che spazia dal classico caffè, ai tè breakfast e verde biologici già presenti sul mercato che stanno riscuotendo un ampio successo, al caffè americano.



La Parmon S.p.A. è una società italiana specializzata nella produzione e nella vendita di prodotti monouso per l'igiene della persona.

La società grazie all'esperienza del suo management lavora all'interno di un settore complesso e caratterizzato da elevati livelli di specializzazione.

La PARMON produce, sia con propri marchi che con private labels un ampio assortimento di prodotti come di seguito illustrato:

- Pannolini per bambini
- Assorbenti igienici
- Cotone idrofilo
- Bastoncini cotonati
- L'Azienda occupa attualmente 75 addetti.

Tutti i ns. prodotti sono realizzati nel moderno impianto di Belpasso.

Cercando di rispondere ai bisogni di consumatori sempre più esigenti e ben informati, l'azienda è costantemente impegnata a migliorare la qualità dei cicli di produzione e dei prodotti.

Grazie alle relazioni sinergiche con i fornitori, utilizziamo solo le migliori materie prime e testando continuamente nuovi materiali cerchiamo di migliorare sempre più le performances dei prodotti finiti.



PROFILO D'AZIENDA

Con un'esperienza industriale di oltre 135 anni, Pirelli & C. è la società quotata alla Borsa Italiana a capo di un Gruppo multinazionale attivo in oltre 160 paesi. Il Gruppo è presente nel settore dei pneumatici attraverso Pirelli Tyre, quinto produttore mondiale in termini di fatturato e leader nei segmenti di fascia alta del mercato, in comparti ad alto contenuto di innovazione quali la mobilità sostenibile e le fonti rinnovabili di energia tramite Pirelli Eco Technology e Pirelli Ambiente e nel campo dell'industrial design con PZero.

CARRIERA

Young in Action è il percorso di inserimento riservato in Pirelli ai neolaureati. Si inizia con uno stage, importante momento formativo durante il quale i candidati hanno occasione di entrare in contatto con manager appartenenti a diverse funzioni aziendali. Al termine dello stage e a fronte di una reciproca valutazione positiva, l'assunzione avviene tramite un contratto di apprendistato dalla durata di 24 mesi che prevede un ricco progetto formativo coerente con gli obiettivi di crescita e di sviluppo nonché la partecipazione ad un progetto internazionale che richiede la permanenza da parte dei candidati in una consociata Pirelli estera.

Alla luce dei risultati conseguiti e del potenziale valutato, la crescita prosegue quindi in direzione verticale o orizzontale nonché in un'ottica di mobilità geografica resa possibile dalla natura internazionale del Gruppo.

L'attenzione che Pirelli presta ai percorsi di carriera che incentivano e premiano i giovani talenti ha reso possibile la nascita di una generazione internazionale di manager di altissimo profilo professionale e gestionale.

SELEZIONE

Il Gruppo Pirelli reputa centrale, per il successo degli obiettivi, le qualità personali e professionali dei propri collaboratori. Per lavorare con successo in Pirelli è necessario essere proattivi, avere un mind set internazionale, un forte spirito di iniziativa, passione e determinazione. Pirelli cerca candidati che abbiano svolto un brillante percorso di studi universitari e conoscano l'inglese in modo fluente.

Durante la prima fase del processo di selezione un assessment center, che prevede test individuali e prove di gruppo, consentirà di esplorare attitudini e motivazioni dei candidati. Coloro che verranno ritenuti in linea con le esigenze del gruppo proseguiranno con dei colloqui tecnici presenziati dai Manager di Linea.



Il Gruppo svedese Sandvik opera nell'area dell'ingegneria ad alta tecnologia ed è presente in tutto il mondo con numerose società e marchi, 47.000 dipendenti e un fatturato globale di 9,4 miliardi di Euro.

Sandvik è organizzata in 3 aree di business:

- **Sandvik Tooling:** utensili in carburi sinterizzati, policristallini e acciaio super-rapido per la lavorazione dei metalli e per applicazioni ad alta produttività
- **Sandvik Mining and Construction:** macchinari, utensili e servizi per la perforazione e l'estrazione di minerali
- **Sandvik Materials Technology:** materiali all'avanguardia e leghe speciali

Dove meno te lo aspetti c'è Sandvik.

I clienti di Sandvik operano nei settori: automobilistico, aereospaziale, minerario e delle costruzioni, chimico, petrolchimico e metanifero, largo consumo, elettronica, energia, tecnologia medica e farmaceutica. Pur non essendo visibile all'utilizzatore finale, Sandvik porta la sua tecnologia e i suoi prodotti praticamente ovunque, nel guscio dei telefoni cellulari come nelle condutture per il trasporto di gas e petrolio a profondità oceaniche, sugli aerei come nei motori delle auto, nelle gallerie ferroviarie o autostradali, come nelle protesi chirurgiche, e nelle resistenze degli elettrodomestici: le tecnologie e i prodotti Sandvik si trovano in molti oggetti e luoghi della vita quotidiana di milioni di persone.

Lavorare in Sandvik

Sandvik offre ai propri dipendenti percorsi di formazione personalizzati con momenti d'aula, training on-the-job e visite presso le sedi del Gruppo in Italia e all'estero. La crescita individuale è guidata dal manager di linea supportato da un HR Advisor nel dipartimento di appartenenza, con momenti di valutazione e monitoraggio continuo di obiettivi e risultati.

Sandvik offre opportunità ai giovani di talento nelle aree: Ricerca e Sviluppo, Ingegneria di Prodotto, Marketing di Prodotto e Marketing Strategico, Vendita, Supporto Tecnico Specialistico, Amministrazione e Finanza, IT, Logistica, Produzione e Risorse Umane.

SDA Express Courier, azienda del **Gruppo Poste Italiane**, è il partner unico per la gestione logistica, distributiva e per la vendita a distanza.

Nasce nel 1984, e da allora lo sviluppo è stato continuo e costante. Da corriere espresso specializzato per le consegne in Italia, negli anni è cresciuta anche in altri settori strategici riuscendo a soddisfare le esigenze di ogni tipo di azienda.

Un'offerta versatile e completa: dal servizio internazionale, ai servizi espressi con consegna a tempo definito; dai servizi dedicati e specializzati, fino alle soluzioni tecnologiche e soluzioni specifiche per il commercio elettronico. Un'ampia gamma di servizi che si è arricchita anno dopo anno grazie ad una squadra di oltre 3.100 tra dipendenti e collaboratori e 4.000 addetti alla distribuzione che collegano l'Italia quotidianamente.

Dal 1998 SDA Express Courier fa parte del Gruppo Poste Italiane, la più importante realtà nazionale nel settore dei servizi.

L'azienda

Sibeg in Sicilia è sinonimo di Coca-Cola.

La società, dal 1959, produce, imbotteggia e distribuisce tutti i prodotti a marchio The Coca-Cola Company.

Grazie alla sua struttura organizzativa interna, forte di 220 collaboratori, e al capillare indotto, con una forza lavoro di oltre 1000 persone, dallo stabilimento di Catania ogni giorno partono dai 30 ai 60 autotreni di prodotto che viene consegnato – direttamente o tramite distributori - ad oltre 15.000 punti vendita dell'intera isola.

Sibeg, con il 60% del mercato ed il volume del commercio, rappresenta uno dei principali attori dello sviluppo e dell'innovazione dell'economia siciliana.

Mission

Offrire ai consumatori siciliani la bevanda giusta al momento, al posto, al prezzo giusto, operando con efficacia e efficienza e allo stesso tempo creando valore per l'economia locale.

Vision

Essere leader del mercato delle bevande in Sicilia sia per presenza e conoscenza del mercato che per capillarità distributiva, capacità di sviluppare occasioni di business, innovazione e attenzione all'ambiente e allo sviluppo delle risorse umane.

Risorse umane e formazione

L'interesse che l'azienda suscita nei giovani è testimoniata dai **1200** curricula di auto candidatura che pervengono annualmente all'ufficio del personale.

La continua valorizzazione delle risorse umane aziendali vede impegnati, nel corso dell'anno, tutti i dipendenti in programmi di formazione on the job attraverso l'organizzazione di corsi e seminari di aggiornamento, sia interni che esterni, che permettono alla squadra Sibeg di rispondere con prontezza e professionalità agli input del mercato e alle esigenze dell'azienda.

Sibeg e università. L'azienda ha siglato protocolli d'intesa con le facoltà di Economia e commercio degli atenei di Catania e Palermo, e con le facoltà di Ingegneria, Agraria e Scienze matematiche fisiche e naturali dell'università etnea che, oltre a consentire a giovani laureandi e neo laureati di svolgere stage formativi e tesi di laurea in azienda, permettono di portare avanti progetti comuni per lo sviluppo di nuove tecnologie, nel settore alimentare, e il coinvolgimento degli studenti nelle iniziative comuni azienda ateneo.

Smiths Medical è parte del Gruppo Smiths plc, Società con sede nel Regno Unito e quotata alla Borsa di Londra. Il gruppo è formato da più di 23.000 dipendenti in tutto il mondo ed è presente in più di 50 paesi con le sue 5 divisioni:

- Smith Detection
- John Crane
- Smiths Interconnect
- Flex Tek
- Smiths Medical

Smiths Medical è fornitore leader a livello mondiale di dispositivi medicali per ospedali, pronto soccorso, ambienti domestici e specialistici. I nostri prodotti sono utilizzati in caso di terapia intensiva e d'emergenza, interventi chirurgici, ricoveri post-operatori e in una serie di terapie d'infusione da effettuare a domicilio.

In Smiths Medical prestiamo particolare attenzione al miglioramento dei risultati, agevoliamo la somministrazione di farmaci, garantiamo la salvaguardia della vita e la protezione dei pazienti, in modo che qualsiasi intervento venga eseguito con successo, il nostro operato ha contribuito a salvare centinaia di migliaia di vite in più di mezzo secolo.

Le tre principali aree di intervento sono:

- Terapie Infusionali in Ospedale, in Ambulatorio, a Domicilio.
- Vie respiratorie, Terapie per il controllo della Temperatura, Monitoraggio del Paziente e Anestesia.
- Cateteri Periferici Intra Venosi, Sicurezza & Prelievo Ematico & Accesso Vascolare.

Possiamo offrire 12 tra i marchi più facilmente riconoscibili e diffusi che rappresentano parte del nostro portafoglio prodotti: **Portex™, Medex™, Deltac™, Level1™, Cozmore™, Pneupac™, Wallace™, CADD™, BCI™, Jelco™, Medfusion™ e Surgivet™.**

Smiths Medical è uno dei produttori leader nel mondo per quanto riguarda i prodotti medici. Ha circa 5.000 dipendenti in sei Continenti. La maggior parte dei territori è servita attraverso vendite locali interamente controllate e da società di distribuzione.

Smiths Medical attua una strategia di investimento orientata al miglioramento continuo nell'innovazione tecnologica ed all'attenzione verso i clienti.

Avendo creato un portafoglio di prodotti di elevata qualità, Smiths Medical ha grandi progetti per il futuro. L'Azienda, con il nuovo orientamento volto alla globalizzazione che interessa i settori marketing, produzione e customer service, intende rendere i prodotti Smiths Medical come prodotti di prima scelta nell'ambito dell'industria medica e tecnologica in tutto il mondo.



Un'impresa lunga un secolo

La vicenda imprenditoriale del gruppo Salerno nasce ai primi del novecento (1903) con uno stabilimento di litografia su banda stagnata. A partire dagli anni 40 il Cav. Antonino Salerno, ed i suoi quattro figli avviano la produzione di contenitori in metallo per conserve alimentari e per l'industria chimica in generale, che ad oggi costituisce il core business dell'impresa. A partire dagli anni 80, sotto la guida di Antonio Salerno, nipote del fondatore, l'impresa ha avviato le più importanti trasformazioni tecnologiche, che le hanno permesso di rivolgersi ad un mercato sempre più ampio.

Oggi la Salerno S.r.l. è una delle aziende leader nel settore, con una produzione commercializzata nel territorio nazionale ed all'estero con particolare riferimento ai paesi del bacino del Mediterraneo. Nonostante le dimensioni raggiunte, l'impresa mantiene una solida tradizione familiare; i Salerno, infatti, sono gli unici azionisti; la terza generazione ricopre oggi le più rilevanti cariche manageriali; i giovani della quarta generazione sono già presenti in posizioni di crescente responsabilità.

Metodologie

La Salerno S.r.l., vanta il primato di essere stata la prima impresa, in Italia, ad utilizzare il sistema di saldatura elettrica longitudinale dei lembi del corpo scatola per contenitori destinati alle conserve alimentari; tale metodo, successivamente adottato dalle migliori industrie del settore, è tuttora considerato, nell'ambito dei contenitori assemblati in tre pezzi, come il più sicuro a fornire le massime garanzie igienico-sanitarie.

Le metodologie di saldatura, formatura ed assemblaggio sono effettuate con impianti Soudronic, Frei e Cevolani.

La verniciatura dei fogli di metallo si ottiene con nuovissime linee LTG capaci di verniciare, con la massima precisione, fino a 800 fogli l'ora.

La metodologia adottata nella scelta degli impianti è sempre stata quella di privilegiare la meccanica di precisione combinata alla elettronica più sofisticata. I componenti elettrici ed elettronici sono forniti da SIEMENS poichè garantiscono un'alta affidabilità in qualsiasi condizione ambientale.

La nostra organizzazione

TELETHON è un'organizzazione che lavora tutto l'anno per raccogliere fondi in grado finanziare progetti di ricerca sulle malattie genetiche. Nata nel 1990, organizza ogni anno una maratona televisiva di raccolta fondi ospitata sulle reti Rai. In 20 anni di attività Telethon ha destinato alla ricerca oltre 306,6 milioni di euro; ha fondato tre istituti di ricerca - l'Istituto Telethon di genetica e medicina (Tigem) di Napoli, l'Istituto San Raffaele-Telethon per la terapia genica (Hsr-Tiget) di Milano e l'Istituto Telethon Dulbecco (Dti) - e il Tecnothon, un laboratorio di ricerca tecnologica che sviluppa e implementa progetti di ausili per disabili. In questi anni la Fondazione ha sostenuto il lavoro di 1395 e 2213 progetti di ricerca (su 444 malattie). Tra i risultati più importanti raggiunti la cura di 13 bambini affetti da Ada-Scid, una grave forma di immunodeficienza ereditaria, grazie a un protocollo di terapia genica applicato per la prima volta al mondo presso l'Hsr-Tiget. Inoltre, sperimentazioni cliniche su una decina di altre patologie sono in corso o in fase di avvio. Accanto alla ricerca, negli anni la Fondazione ha sviluppato una rete di volontari sul territorio oltre a sviluppare alleanze e collaborazioni con associazioni di malati. Trasparenza nella gestione e meritocrazia nell'assegnazione dei fondi ai ricercatori sono i cardini dell'attività di questa Fondazione.

La nostra missione

Noi vogliamo :

Far avanzare la ricerca biomedica verso la cura della distrofia muscolare e delle altre malattie genetiche.

È l'impegno che Telethon ha preso nei confronti di migliaia di persone che soffrono di queste patologie.

Un impegno che prevede il coinvolgimento e la partecipazione di cittadini, imprese e istituzioni per il finanziamento di una ricerca d'eccellente qualità e di ricercatori all'avanguardia in Italia e nel mondo attraverso un ente trasparente che garantisce il miglior utilizzo dei fondi.

Il processo di selezione

Il processo di selezione di giovani laureandi/neolaureati avviene prevalentemente attraverso la pagina del sito http://www.telethon.it/lavora_con_noi/default.aspx mediante candidature spontanee da indirizzare alla e-mail cv@telethon.it

La principale modalità di inserimento è lo stage, al quale possono seguire la collaborazione con contratto a progetto oppure con contratto a tempo determinato.

IL COMITATO ITALIANO PER L'UNICEF ONLUS

Chi siamo

Il Comitato Italiano per l'UNICEF, costituito nel 1974, è un'Organizzazione non governativa (Ong) riconosciuta dal Ministero degli Affari Esteri con sede a Roma e, dal 1998, è iscritta all'anagrafe delle Onlus. È uno dei 36 Comitati Nazionali presenti nei paesi industrializzati che, sulla base di un Accordo di cooperazione con l'UNICEF lavorano per sostenere le attività del Fondo delle Nazioni Unite per l'Infanzia, con una doppia finalità: raccogliere fondi per sostenere i programmi che l'organizzazione realizza nei paesi in via di sviluppo a difesa dei bambini e delle donne e sensibilizzare l'opinione pubblica sulla promozione dei diritti dell'infanzia in tutto il mondo.

Il Comitato Italiano è presente sul territorio nazionale attraverso:

- 20 Comitati Regionali
- 103 Comitati Provinciali
- 50 Punti di Incontro.

Che cosa facciamo in Italia

La missione del Comitato Italiano può essere sintetizzata in tre punti cardine:

- Promuovere il benessere dell'infanzia e dell'adolescenza sostenendo gli obiettivi, le politiche e i programmi dell'UNICEF internazionale, seguendo i principi della Convenzione sui diritti dell'infanzia e dell'adolescenza.
- Realizzare campagne e attività di informazione per sensibilizzare e mobilitare la società civile, l'opinione pubblica, le Istituzioni e il Governo sulle tematiche dell'infanzia e dell'adolescenza.
- Sollecitare offerte, donazioni e lasciti da destinare ai programmi sul campo dell'UNICEF internazionale.

Per realizzare la sua missione, il Comitato è impegnato in attività che si sviluppano principalmente in due aree:

- La raccolta fondi presso singoli donatori e aziende, per il finanziamento dei progetti dell'UNICEF
- Le attività di sensibilizzazione e promozione dei diritti dei bambini e degli adolescenti su tutto il territorio nazionale con le Istituzioni nazionali e locali, i media, la scuola e l'università, il mondo dello sport, ecc.

Per saperne di più visita il sito www.unicef.it

Comitato Italiano per l'UNICEF Onlus

Via Palestro, 68

00185 Roma

Tel. 06 478091 – Fax 06 47809270

info@unicef.it – www.unicef.it



A GLOBAL COMMUNITY WORKING WITHIN LOCAL COMMUNITIES

Unilever – gruppo multinazionale anglo-olandese – nasce nel 1930 dalla fusione di due società: la Lever Brothers e la Margarine Unie.

Oggi è uno dei principali gruppi mondiali di beni di largo consumo: ogni giorno, per 160 milioni di volte, qualcuno in qualche parte nel mondo sceglie un prodotto Unilever.

La missione di Unilever è aggiungere “Vitality” alla vita quotidiana, in maniera sostenibile: Unilever va incontro ai bisogni del consumatore nel campo dell'alimentazione, dell'igiene e della cura della persona, con brand che aiutano a sentirsi bene, ad avere un bell'aspetto ed una vita più piacevole. Unilever vanta una presenza radicata nelle culture locali e nei mercati di tutto il mondo, grazie a un portfolio di marchi famosi in ogni Paese.

Nutrition, hygiene e personal care sono la vostra e la nostra quotidianità: Algida, Lipton, Calvè, Knorr, Svelto, Coccolino, Cif, Lysoform, Dove, Sunsilk, Mentadent, Axe... sono solo alcuni dei nostri prodotti, sempre migliori, capaci di anticipare e soddisfare i vostri desideri.

Unilever conta 163.000 dipendenti in oltre 130 Paesi, con un fatturato mondiale di circa 40 miliardi di Euro. Nell'ultimo anno Unilever Italia ha fatturato oltre 2 miliardi di Euro, grazie al lavoro e all'impegno continuo dei suoi 2.700 dipendenti, sulla sede del National management a Roma e su 4 stabilimenti, tra i più avanzati in Europa per dimensione, sicurezza, tecnologia, rispetto dell'ambiente e produttività.

CAREER OPPORTUNITIES

Unilever entra in contatto ogni giorno con milioni di consumatori in ogni parte del mondo. Consumatori, che pensano, agiscono, sentono in modi diversi. Vogliamo che anche in azienda si respiri la stessa ricchezza. Il valore della diversità!

Riteniamo che il nostro vantaggio competitivo sia legato alla professionalità delle risorse umane: il segreto del nostro successo è la creazione di un ambiente fertile per la nascita e lo sviluppo di nuove idee e progetti, la passione per la novità. La gente che lavora in Unilever è tra le più innovative e creative nel mondo dell'industria.

COME CANDIDARSI

Sei pronto? Hai voglia di provare con noi a fare la differenza? Potresti esserci tu tra le persone che cerchiamo. Persone che abbiano voglia di lavorare con passione allo sviluppo dell'enorme potenziale dei nostri brand e la giusta formazione e grinta per affrontare con successo i nostri programmi formativi. Candidarsi per lavorare con noi è semplice! Basta connettersi al seguente sito: www.unilever.it, accedere alla sezione “La tua Carriera in Unilever” e lasciare i propri dati.



Veratour rappresenta, nel panorama turistico italiano, uno dei principali Tour Operator dedicato al segmento dei Villaggi.

La Mission

Quando nel 1990 la nostra avventura è ufficialmente iniziata erano tre i punti fissi che, sapevamo, ci avrebbero accompagnato sempre lungo il nostro viaggio, e avrebbero fatto di Veratour un marchio di alta qualità: un'offerta costruita attorno alle esigenze del cliente, un controllo costante e diretto delle strutture alberghiere e un'accurata scelta dei vettori aerei.

Un'impronta di carattere, da subito riconosciuta ed apprezzata da migliaia di persone, un successo immediato, gestito al meglio da un gruppo unito e dinamico con un grande cuore pulsante: la nuova sede centrale inaugurata nel 2004, il nostro punto di riferimento costante.

Ispirati da una profonda passione per il viaggio e dal desiderio di condividere le nostre emozioni con i clienti, abbiamo scelto, come tappe fisse della nostra avventura, alcuni dei luoghi più affascinanti del mondo ed è lì che abbiamo messo le nostre radici aprendo ad oggi circa trenta Villaggi Veratour, tra i quali alcuni più esclusivi “Atmosfera”: tutte strutture armoniosamente inserite in palcoscenici naturali e da sogno, dove poter trascorrere vacanze indimenticabili.

La storia

Dalle finissime spiagge cubane di Caleta, dove è sorto nel 1993 il nostro primo villaggio, all'attrazione della Zanzibar più esotica e selvaggia nel 1997; dal Veraclub Elphistone di Marsa Alam nel 2002, con i suoi fondali coloratissimi, all'affascinante Fuerteventura, nelle Isole Canarie, dove siamo approdati nel 2004 incantati dalla trasparenza del mare.

Dalla Grecia più emozionante, dove nel 2007 abbiamo aperto il Veraclub Alonissos Beach, all'inaugurazione, nel 2008, del Veraclub Orangea Village in Madagascar, immerso in una natura incontaminata e circondato da spiagge incantevoli. Ovunque ci siamo sempre ispirati a quello che ormai è diventato il nostro celebre Verapensiero: dare il massimo per creare le migliori condizioni di accoglienza, organizzazione e relax, fornendo, ancora una volta tra i primi al mondo, due formule vincenti e collaudate, All Inclusive e Formula Club, per far sentire i nostri clienti costantemente coccolati come a casa propria.

LA SELEZIONE

Siamo alla continua ricerca per i nostri villaggi di: **Direttori di villaggio, Resident manager, Responsabili food&beverage, Responsabili bar, Maitre di sala, Chef di cucina, Cuochi capo partita, Pasticceri, Responsabili ricevimento, Governanti, Economi, Addetti al ricevimento, Addetti al bar, Assistenti bagnanti, Manutentori.**



Company Profile: Virtual Valley srl

Virtual Valley è una società di Information Technology per la realizzazione di progetti che attengono all'organizzazione aziendale, all'informatica, alla telematica, e alla comunicazione online. Virtual Valley opera in diversi settori: ogni singola divisione è strutturata in modo autonomo ed è organizzata per poter offrire servizi/prodotti di elevata qualità.

Web application:

Il settore "Web application" si occupa dello sviluppo di applicazioni aziendali basate sul Web.

Comunicazione

La divisione "Comunicazione" è dedicata allo sviluppo e alla realizzazione di piani di marketing e web marketing. L'utenza è costituita da aziende private ed enti pubblici. Grazie alla collaborazione con la divisione "Web application" è in grado di offrire alla clientela la realizzazione di eventi in streaming live e on-demand.

Formazione

Il ramo "Formazione" di Virtual Valley S.r.l. si è sempre occupato di progettazione, organizzazione e gestione di corsi in ambito informatico/comunicativo. I corsi vengono erogati in aula, on site o a distanza (e-learning basata su tecnologia Virtual Meeting e sulla piattaforma Fad "Virto").

Alcune referenze Virtual Valley srl:

GfK Eurisko, Unioncamere, Associazione Nazionale Agenzie di Comunicazione, Camera di Commercio di Milano, Camera di Commercio Monza Brianza, Digicamere scarl, Camera di Commercio di Sondrio, Provincia di Sondrio, Promos SpA - società speciale della Camera di Commercio Milano, Monster Italia, CSI Spa, Banca Popolare di Sondrio, Fiacr, Lario Fiere, Comune di Sondrio

Alcune manifestazioni trasmesse in diretta Web:

Conferenza Nazionale sulla formazione Continua in medicina, 1° e 2° edizione, Ravenna 2010, Stati Generali Expo 2015, Wif 2010, Salon Med-it, Ecomondo 2010, Artigiana 2010, Design Show 2010, Forum Internazionale Euromontana, I Giovedì dell'Internazionalizzazione Promos - Camera di Commercio Milano, Progetto Specchiati nei Laghi - Comunità Montana Gravedona





**I PARTECIPANTI
LE AZIENDE**

128
134

Una prima, immediata valutazione della validità e dei risultati di Campus Mentis 2010 e' giunta direttamente dai protagonisti dell'edizione:

- i neolaureati che hanno partecipato ai campus hanno avuto a disposizione in ciascuna sede una lavagna di 3x2mt sulla quale esprimere liberamente i propri pensieri, sulla quale lasciare dediche, massime, ringraziamenti e messaggi di incoraggiamento per futuro lavorativo che li attende;

- le aziende che hanno popolato le attività delle conferenze e le cocktail interview di Pomezia, Catania e Abano Terme hanno affidato a note scritte l'apprezzamento per l'iniziativa, il ringraziamento per il supporto ricevuto dallo staff e dall'organizzazione del progetto, nonché le lodi per la qualità dei giovani talenti incontrati.



Un bilancio positivo

Sono trascorsi tre anni da che è stato sviluppato per la prima volta il progetto "Global Village Campus", evolutosi successivamente in "Campus Mentis". Oltre 2000 ragazzi hanno partecipato con entusiasmo e passione a questa esperienza.

Ogni settimana, accogliendo le nuove "eccellenze", vedevo davanti a me ragazze e ragazzi intimoriti dalla sfida che li attendeva ma con un importante bagaglio di entusiasmo, di speranza, di sogni. Chi arrivava accompagnato dai genitori, chi in treno dopo 10 ore di viaggio, dalle isole alle Alpi, pieni di orgoglio, riconoscendo al Ministro della Gioventù di aver creduto in una generazione di giovani alla quale troppo poco spesso vengono riconosciuti i meriti ottenuti dopo anni di studio.

Ho avuto il piacere di confrontarmi con molti di loro, e l'impressione che mi hanno lasciato è stata davvero molto positiva. I ragazzi hanno partecipato ai corsi di formazione, alle presentazioni delle aziende, ai convegni politico-culturali e alle attività sportive con grande umiltà accompagnata da tanta voglia di fare. Qualità, queste, che hanno sempre caratterizzato le Eccellenze in tutti i campus.

Sono stati importanti anche i momenti di aggregazione, occasioni in cui i ragazzi hanno potuto confrontarsi su temi e argomenti di comune interesse, stringendo nuove amicizie e incoraggiandosi l'un l'altro. Credo che, tra i diversi meriti che i giovani partecipanti hanno riconosciuto al progetto campus Mentis, uno dei più significativi in assoluto sia proprio questo: aver dato vita ad una nuova "comunità" di giovani talenti nazionali, consapevole di se stessa e delle proprie capacità, e pronta ad affrontare le grandi sfide professionali che la attendono.

E' stato un progetto innovativo per molti versi. Ma un aspetto in particolare mi sta a cuore sottolineare, un dato che non fa parte né delle statistiche né dei risultati attesi: senza che nessuno l'avesse previsto o semplicemente auspicato, Campus Mentis ha creato una vera e propria rete tra i giovani talenti che si preparano al meglio per diventare la futura classe dirigente italiana. Mi piace pensare che si incontreranno ancora, fra qualche anno, ai vertici di diverse aziende italiane.

Simone Pelosi
Esperto di politiche giovanili



Spett.bile Ministro della Gioventù,

con la seguente vorrei mostrare la mia profonda soddisfazione nell'aver partecipato all'edizione del Campus Mentis 2010, nel mese di ottobre.

Nella settimana della mia permanenza, ho avuto modo di partecipare a seminari e conferenze nelle tematiche del lavoro dei giovani neolaureati. Inoltre ho potuto assistere a numerose presentazioni aziendali e ad eventi formativi e di orientamento al mondo del lavoro. Sicuramente un programma giornaliero molto impegnativo ma che mi ha aiutato ad entrare in contatto con il mondo del lavoro e a capire le dinamiche delle aziende nei processi di selezione. Inoltre è stata anche un'occasione per confrontarmi e scambiare opinioni con giovani che, come me, uscivano dal mondo dell'Università.

Il merito di tale successo penso, oltre che al Suo impegno nel promuovere un progetto così ambizioso ed importante, vada in parte anche ai ragazzi del Cegos che hanno organizzato in modo capillare e puntuale i programmi giornalieri, le attività sportive presenti dalle 18.30 e quelle serali, oltre ad essere sempre cortesi e disponibili nel rispondere alle centinaia di domande che giornalmente ponevamo loro.

RingraziandoLa nuovamente per tale iniziativa e per il tempo dedicatomi, colgo l'occasione per mandarLe i miei più Cordiali Saluti.

Valentino



Gentile Ministro della Gioventù,

Vi scrivo questa lettera per raccontarvi le mie considerazioni sul Campus Mentis svolto a Pomezia.

Ho mandato la mia candidatura per il Campus Mentis per caso e al contrario delle mie aspettative sono stata scelta. E' stata una bella sorpresa.

Il soggiorno è stato sia rilassante che divertente che interessante: insomma c'è stato un momento per tutto.

Divertente perché oltre ai convegni, presentazioni delle aziende e colloqui c'è stato il modo di socializzare divertendosi, e non c'è sicuramente di meglio. Ho avuto modo di partecipare al corso di mountain bike e difesa personale.

E poi la serata al pub è stata molto divertente e ci ha permesso di conoscere anche il lato più cordiale e amichevole di ognuno di noi. Anche da questi attività ricreative abbiamo potuto capire che mettere d'accordo tante teste e far sì che decidano tutti insieme un gioco è davvero un compito arduo, ma fondamentale per affrontare anche delle semplici situazioni con lo spirito di gruppo!

E poi è stato interessante perché abbiamo potuto capire cosa pensano le aziende quando si interfacciano con un neolaureato, cosa desiderano da noi, le aspettative, ecc.

Prima di partecipare al Campus ho fatto solo 2 colloqui di lavoro ed il primo è andato non proprio come mi aspettavo, anche perché non ne avevo mai fatti prima e non mi sentivo pronta. Sentire ciò che le aziende si aspettano da un neolaureato mi ha fatto comprendere su cosa stavo sbagliando. Il fatto di sentirsi se stessi ad un colloquio, conoscere a fondo l'azienda, andare preparati, confrontarsi anche con altre persone che hanno già avuto simili esperienze è un requisito fondamentale.

Penso di essere stata fortunata ad aver partecipato ad un'esperienza così, perché, è vero che non sono uscita con un contratto di lavoro o una proposta di stage, ma il fatto di aver partecipato ci ha dato gli strumenti per andare avanti da soli, sta a noi adesso farci valere!

Daniela



Gentili,

la presente mail ha il fine principale di ringraziare voi e tutto lo staff dell'organizzazione di questa fantastica esperienza chiamata "Campus Mentis".

Ho partecipato al Campus nella settimana dal 24 al 29 ottobre, settimana durante la quale ho avuto la possibilità di confrontarmi con molti ragazzi pieni di entusiasmo, nonché con una serie di realtà aziendali che, diversamente, non avrei potuto conoscere in maniera così approfondita.

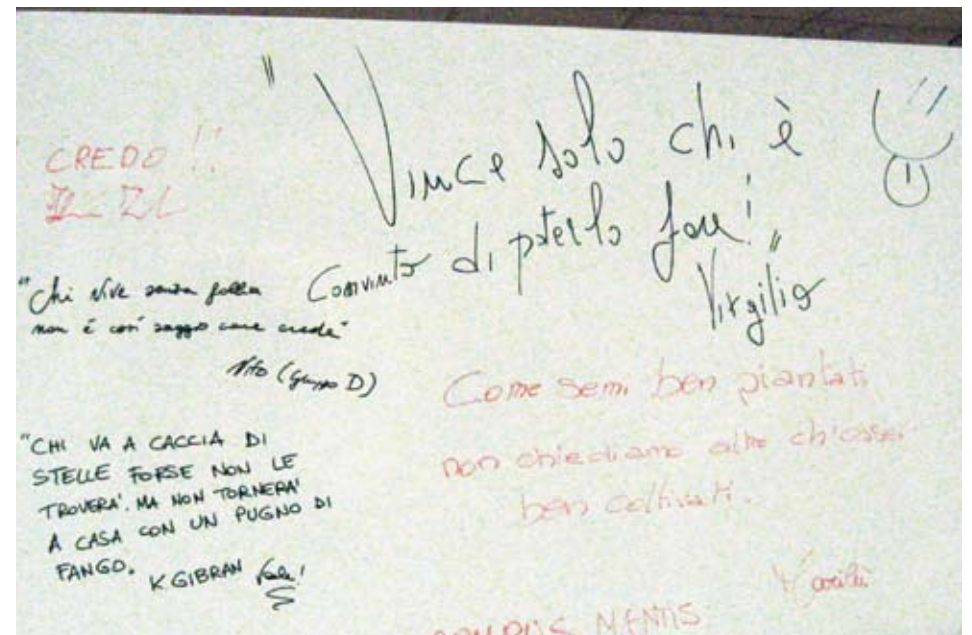
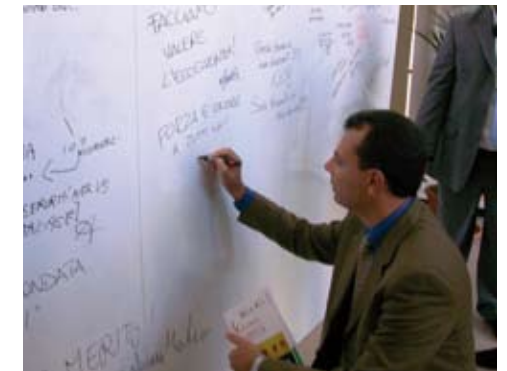
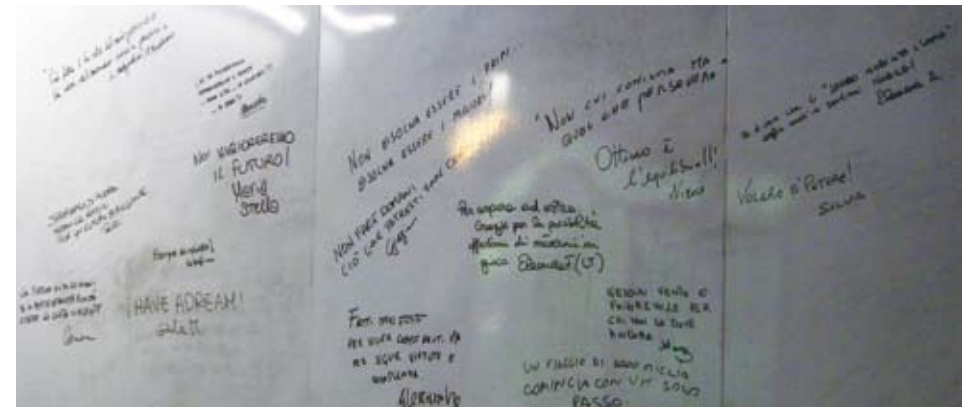
Durante la settimana ho avuto l'onore di essere selezionata per diversi colloqui tra cui Birra Peroni, Dexia, Mediamarket, McDonald's, e devo dire che, anche se non porteranno a qualcosa di concreto, sono stati per me un'occasione per imparare. Ho imparato molto anche nel corso dei seminari svolti da Cegos, durante i quali ci sono state spiegate le modalità di redazione di un CV o degli assessment di gruppo.

Mi sono appassionata agli sport che ho avuto occasione di praticare, quali la mountain bike ed il krav maga, sport che non conoscevo poi così bene: i miei complimenti ai qualificatissimi istruttori.

Per concludere e non certo per ordine di importanza, il mio pensiero va a tutti i ragazzi che hanno condiviso con me questa esperienza, "eccellenze" meravigliose, con le quali ho riso, scherzato, imparato, ascoltato, condiviso tutto. Ho avuto la fortuna di conoscere molti nuovi "amici" (tra i quali anche le persone dell'organizzazione).

In una sola parola...GRAZIE!

Roberta



Microsoft

14/12/2010 – Chiara Caroti, Account Technology Strategist di Microsoft, così commenta la partecipazione a Campus Mentis 2010: "L'iniziativa è stata assolutamente positiva. Tutti i partecipanti hanno posto moltissime domande soprattutto dopo lo speech, tanto che mi sono stati presentati molti curricula. Erano tutti interessati ed affascinati dalla realtà della nostra azienda, da tutte le opportunità che offre, da come siamo impegnati verso il sociale, dall'attenzione verso le persone, insomma da tutte quelle caratteristiche che ci rendono unici. E' stato splendido poter condividere con altri la mia esperienza MACH, esperienza che mi sta permettendo di acquisire competenze fondamentali per la mia crescita professionale ed aumentare la mia confidenza nel ruolo. I miei complimenti all'organizzazione che ha dimostrato concretezza in fase sia di progettazione che di realizzazione e si è dimostrata molto attenta a tutti i minimi particolari dell'evento. Hanno supportato sia me, sia tutti i ragazzi che vi partecipavano e con cui vorrei complimentarmi per l'entusiasmo e le capacità dimostrati!"

Alitalia

10/12/2010 - Alitalia: "Il confronto con i giovani talenti di Campus Mentis ha rappresentato l'occasione di illustrare, ad un pubblico interessato e partecipe, la nuova dimensione di azienda che sta sul mercato, concentrata sulla centralità del cliente e attenta alle sue persone..." Così commenta Maurizio Ceciliani, Responsabile della Linea assistenti di volo del gruppo Alitalia, la sua esperienza nell'incontro di Abano Terme e aggiunge: "...il progetto Campus Mentis si conferma un'occasione unica per incontrare l'eccellenza tra i nostri giovani laureati che saranno il management delle aziende italiane in proiezione futura. Inoltre un plauso personale all'organizzazione che ha saputo creare un'atmosfera ideale ben percepita dai ragazzi ed apprezzata dai colleghi che rappresentavano le aziende."

Exprivia

09/12/2010 - "L'iniziativa è di assoluto valore, ottima l'idea di facilitare l'incontro tra domanda ed offerta. Nella giornata in cui sono stato con voi ho incontrato tanti ragazzi vogliosi di fare qualcosa di positivo e di confrontarsi con il mondo del lavoro vero e quindi con le aziende. Guardando l'evento dal punto di vista della mia azienda posso dire di avere incontrato ottimi profili con skill tecnologici di notevole spessore." Questo il commento del Dr. Arturo Possidente, Account Manager di Exprivia.

Veratour

07/12/2010 – Luigi Martini, Direttore Vendite di Veratour, così commenta la propria partecipazione a Campus Mentis 2010: "Una esperienza decisamente positiva, il confronto con giovani intenzionati a conoscere a fondo i valori che contraddistinguono Veratour! Questo è il messaggio più bello che ho potuto verificare e così ho potuto con piacere condividere le linee guida del nostro successo. I miei complimenti all'organizzazione che ha dimostrato concretezza in

fase sia di stesura che di realizzazione. Complimenti alle nostre menti eccellenti, in questi incontri ne ho trovate veramente tante !"

Telethon

06/12/2010 - Un appuntamento di grande importanza, l'incontro al Campus Mentis tra i giovani neolaureati italiani e i rappresentanti del mondo istituzionale, aziendale e del terzo settore, vissuto con enorme partecipazione ed entusiasmo. Ci è piaciuto il confronto diretto e il diffuso interesse per la nostra Missione nel considerare Telethon, e dunque il mondo del Non Profit, come un'organizzazione in cui oggi giorno è bello e ambizioso lavorare, abbinando contemporaneamente i temi della professionalità e dell'utilità sociale. Felici di aver partecipato e dato preziosi spunti ai ragazzi del Campus che stanno iniziando la loro difficile ma appassionante carriera professionale.

CNR

04/12/2010 - Abbiamo creduto all'iniziativa Campus Mentis 2010 e con la nostra partecipazione abbiamo voluto sottolineare come l'attività di ricerca sia determinante per la competitività del sistema economico nazionale, in particolare modo genera nuova occupazione, maggior benessere e maggiore coesione sociale. In un momento critico il mercato del lavoro, abbiamo incoraggiato i ragazzi a dare sempre il meglio di se stessi.

Smiths Medical

02/12/2010 - Il riscontro di assoluto successo per Campus Mentis 2010 arriva da Smiths Medical che, a nome di Stefano Tocci Sales Director ed Annalisa Curcuruto Manager Human Resources, dichiara: "E' stata un'esperienza che ci ha segnato profondamente e che ha rafforzato in noi molte convinzioni. Abbiamo sempre guardato ai giovani con occhio attento e con profondo interesse. Abbiamo espresso durante i colloqui individuali un nostro sentito convincimento: in quei colloqui, era presente il futuro della nostra nazione; era presente la nuova classe dirigente".

Mc Donald's

29/11/2010 - Campus Mentis 2010: un'esperienza molto positiva. Così fa registrare Mc Donald's che, colpita dalla qualità delle candidature selezionate, dalla curiosità e dall'entusiasmo dei ragazzi che dimostrano volontà di mettersi in discussione e desiderio di imparare, afferma: "Riteniamo che la struttura del progetto stesso aiuti infatti gli studenti ad avere maggiore consapevolezza sulla difficoltà di oggi ad accedere al mondo del lavoro e a vivere la stessa non come limite, ma come stimolo per dare il meglio di se stessi e far emergere il loro potenziale".

Birra Peroni

28/11/2010 - Tra le aziende partecipanti a Campus Mentis 2010, registriamo il commento di Birra Peroni che per il secondo anno è stata presente all'evento. "Anche quest'anno Birra Peroni ha voluto partecipare a questo importante momento di incontro con i giovani. Siamo sempre molto interessati ad incontrare

nuovi talenti con un alto livello di preparazione da poter inserire in azienda, ma anche per dare una possibilità ai ragazzi di confrontarsi con il mondo aziendale per orientare al meglio la propria scelta futura nel cammino professionale. Abbiamo apprezzato molto l'attenzione dei ragazzi nei confronti di importanti messaggi vicini a Birra Peroni come ad esempio il consumo responsabile di alcol e l'attenzione alle materie prime e all'ambiente. Ci auguriamo di ripetere l'evento il prossimo anno."

Cesare Fiorucci Spa

26/11/2010 - A Campus Mentis 2010 un altro contributo molto importante arriva da Cesare Fiorucci Spa che afferma: "L'innovazione è uno dei valori più importanti a Campus Mentis 2010, è la risposta più innovativa per incontrare i migliori talenti. Questo evento unico nel suo genere è stato l'occasione per orientare i giovani e la scelta del loro percorso professionale grazie alla partecipazione dei nostri manager delle diverse funzioni... un'ottima iniziativa che ci auguriamo di ripetere e che ci sentiamo di consigliare".

British American Tobacco

23/11/2010 - Tra le varie aziende entusiaste della partecipazione a Campus Mentis 2010, registriamo il feedback di "British American Tobacco Italia" che a nome di Silvia Ticolpe afferma: "Non posso che definire l'esperienza assolutamente di successo: abbiamo effettuato più di 15 interviste a candidati pre-selezionati secondo i nostri criteri chiave in un contesto professionale ed informale allo stesso tempo...".

Il book di Campus Mentis edizione 2010 è stato stampato con il contributo del Dipartimento della Gioventù.

Hanno collaborato al progetto editoriale:

Fabrizio D'Ascenzo, Direttore del Centro di Ricerca della Sapienza Impresapiens
Andrea Rocchi, Coordinatore tecnico e scientifico
Simone Pelosi, Esperto in politiche giovanili
Claudio Ceccarelli, Coordinatore dei Campus
Luca Pautasso, Giornalista
Lorenzo Bianco, Tutor
Federico Moneta, Tutor
Anna Crociani, Tutor
Camilla Trombetti, Tutor

Rapporti con le aziende:

Paolo Longhi - Cegos Search
Agostino Menichini - Cegos Search

Progetto grafico ed editoriale:

Rossella Taviani - Alphaomega

Per informazioni e contatti:

www.campusmentis.it
info@campusmentis.it




CampusMentis
www.campusmentis.it