



**Tappa di BARI, 15 maggio 2013**

**RELAZIONE POST CONVEGNO**

Mercoledì 15 maggio si è tenuta a Bari la quinta tappa del 2013 di “Risorse Umane e non Umane – Le aziende rinascono dalle persone”, il ciclo di convegni organizzato dalla casa editrice ESTE e dalla rivista *Persone&Conoscenze*.

I lavori si sono svolti dalle 9.30 alle 13.30 e hanno coinvolto 8 relatori provenienti da altrettante aziende del territorio pugliese e Cetti Galante, Amministratore delegato di INTOO, azienda partner del Convegno.

Nel corso della mattinata **Direttori del Personale e Imprenditori** provenienti da aziende della regione hanno raccontato, attraverso la modalità narrativa dei “colloqui”, come creano valore per le loro aziende a partire da una gestione efficace del personale. Una gestione in grado di contribuire alla rinascita delle nostre aziende e all’avvio di un nuovo cammino di crescita.

Le aziende coinvolte provenivano dai più svariati settori ed erano eterogenee anche per dimensione: lo scopo del Convegno era infatti quello di ricostruire un’istantanea della geografia imprenditoriale della regione e dare voce ai differenti attori dell’economia pugliese.

### **DATI QUANTITATIVI RIFERITI AI VISITATORI DEL CONVEGNO**

*I seguenti numeri sono da intendersi al netto del personale delle aziende sponsor e dell’organizzazione*

**180** iscritti;

**115** aziende rappresentate;

**98** presenti;

**54%** la redemption tra iscritti e partecipanti effettivi;

**58** i questionari di valutazione raccolti.

**Di seguito i nomi di alcune aziende iscritte al Convegno:** Agustawestland, Asl Bari, Atisale, Banca Popolare di Puglia e Basilicata, Banca Carime, Banca di Credito Cooperativo, Banca d’Italia, Banca Popolare di Bari, Banca Popolare Pugliese, Birra Peroni – Sabmiller, Comdata, Comifar Distribuzione, Ente Fiera del Levante, Global Watch Industries, Gruppo Degennaro, Gruppo Industriale Delta Salotti, Icam, Lenoci, Medical Technology Research, Oerlikon Graziano Trasmissioni, Officine Tecniche De Pasquale, Si.d.i. Piccolo, Telenorba.

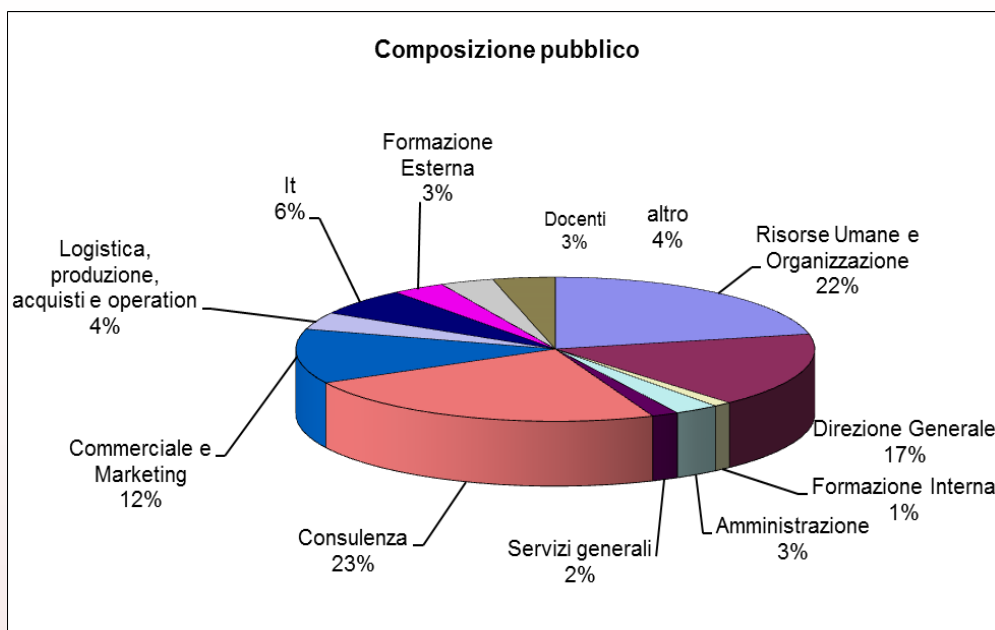
### **LA PROMOZIONE**

**La fase di promozione** si è caratterizzata per l’invio di **inviti via mail e fax**, oltre ad una costante attività di scouting di nuovi profili e promozione tramite il social network professionale **LinkedIn**.

Le comunicazioni, a cadenza settimanale, hanno scandito il mese che ha preceduto il Convegno notificando al potenziale pubblico le novità e gli sviluppi relativi all’agenda della giornata, accompagnando i potenziali partecipanti fino al giorno dell’evento e fornendo spunti contenutistici, grazie alla pubblicazione degli abstract dei vari colloqui.

A ridosso del giorno di evento è stata infine avviata un’azione di **recall telefonico** sugli iscritti al fine di limitare il livello di assenteismo fisiologico tipico delle iniziative a partecipazione gratuita.

## TARGET VISITATORI



La maggior parte degli iscritti al Convegno è costituita da professionisti **afferenti all'area Risorse Umane, Formazione, Amministrazione.**

Dei 180 iscritti al Convegno il 26% è costituito da **Direttori Personale e Organizzazione, Responsabili Formazione e Amministrazione.**

A questo 26% si affianca un **17% di Titolari, Amministratori Delegati, Direttori Generali,** per un complessivo **43%** di figure che in azienda si occupa professionalmente di **gestione delle Risorse Umane.**

Un ulteriore 22% dei partecipanti è costituito da addetti che provengono dalle divisioni IT, Commerciale, Marketing, Produzione e Logistica.

Delle aziende iscritte al Convegno il 74% (115) è costituito da Spa e Srl di **medie e grandi dimensioni.**

## ORGANIZZAZIONE DEI CONTENUTI

Dai commenti raccolti con i questionari emerge un livello di apprezzamento molto elevato per l'organizzazione dei temi della giornata e la **formula del colloquio**, che nel 96% dei casi raccoglie un giudizio compreso fra Buono, Molto Buono e Ottimo.

I visitatori apprezzano la presenza di esperienze eterogenee, anche se è richiesta la presenza di un filo conduttore più evidente fra le testimonianze.

Fra i suggerimenti raccolti emerge la richiesta di un maggiore approfondimento dei temi trattati e della possibilità di maggiore confronto con i relatori, attraverso l'inserimento di un momento di domande e risposte nella mattinata o la condivisione dei contatti dei relatori con il pubblico.