

RISORSE UMANE[®] **& NON UMANE**

Le aziende rinascono dalle Persone

Tappa di TORINO, 9 ottobre 2013

RELAZIONE POST CONVEGNO



Partner


bridgepartners[®]
negotiation drivers

PagePersonnel

Mercoledì 9 ottobre si è tenuta a Torino la nona 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 Nord-Ovest e 2 rappresentanti delle aziende partner: Alessandra Colonna, Managing Partner di Bridge Partners e Francesca Contardi, Amministratore delegato di Page Personnel.

Nel corso della mattinata gli interventi, sotto forma di colloqui, hanno offerto spunti di riflessione attraverso la narrazione delle esperienze professionali dei relatori che, stimolati dalle domande dei moderatori Francesco Varanini e Chiara Lupi, hanno testimoniato attraverso quali valori e pratiche sia possibile, all'interno delle aziende, tornare a creare valore per l'impresa a partire dalla valorizzazione della gestione del personale.

La voce dei due partner Bridge Partners e Page Personnel ha arricchito le narrazioni ascoltate nel corso della mattinata con il punto di vista privilegiato dei fornitori del mercato italiano delle risorse umane.

DATI QUANTITATIVI RIFERITI AI VISITATORI DEL CONVEGNO

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

272 iscritti;

167 aziende rappresentate;

186 presenti;

68% la redemption tra iscritti e partecipanti effettivi;

62 i questionari di valutazione raccolti.

Rispetto agli anni 2012 e 2011 l'edizione di quest'anno registra un notevole incremento di partecipazione, si in termini di numero assoluto di visitatori (più che raddoppiato in confronto al 2012) sia di redemption (superiore alla soglia normalmente registrata del 60%).

Di seguito i nomi di alcune aziende iscritte al Convegno: Amiat, Antica Ditta Marchisio, Banca d'Alba Credito Cooperativo, Battaglio, Bonprix, Bottero, Cinetic Giustina, Ciocca, Clariant Prodotti, Cotoni di Milano, CSP, CTS Electronics, Dayco Europe, Elringklinger Italia, Eurocons, Farmaceutici Procemsa, Ferrero, Ficomirrors, FRV Servizi, Geodata Engineering, Hexagon Metrology, Houghton Italia, IN.VA, Kuehne + Nagel, Metalpres, Microtecnica, Mollo, NTV – Nuovo Trasporto Viaggiatori, Pininfarina, Pirelli Tyres, Reale Mutua Assicurazioni, Sagat, Salvadori Spinotti, Santander Consumer Bank, Siav Sistemi Digitali, Siemens Hearing Instruments, Silo, Sky Italia, Telecom Italia, Unicredit Banca, Valeo Service Italia, Whirlpool Europe.

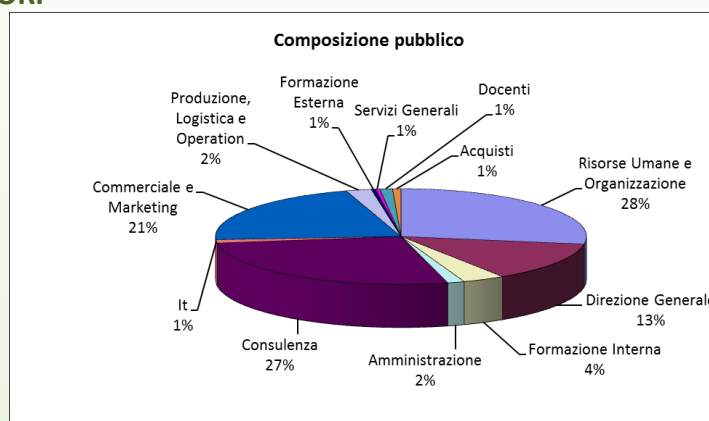
LA PROMOZIONE

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 afferenti al territorio di riferimento e promozione tramite il social network professionale **Linkedin**. Attraverso il profilo di ESTE

Edizioni sono stati comunicati gli aggiornamenti dell'agenda della giornata sia alla community di contatti della casa editrice (che ad oggi conta oltre 2.000 profili) sia ai membri di Gruppi che per tema d'interesse e target risultavano in linea con gli obiettivi del Convegno. I vari canali di comunicazione hanno diffuso i contenuti riportati sul sito dedicato al ciclo di Convegni "Risorse Umane e non Umane", www.runu.it.

Ad oggi il portale, che riporta tutte le informazioni di dettaglio sulle tappe dei convegni, conta oltre 32.000 accessi unici e la newsletter oltre 700 utenti registrati. 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 è costituita da professionisti **affidenti all'area Risorse Umane, Formazione, Amministrazione.**

Dei 272 iscritti al convegno il **28%** è costituito da **Direttori Personale e Organizzazione, Responsabili Formazione, Amministrazione e Servizi Generali.**

A questo 28% si affianca un **13% di Titolari, Amministratori Delegati, Direttori Generali**, per un complessivo **41%** di figure che in azienda si occupa professionalmente di **gestione delle Risorse Umane.**

Un ulteriore 21% dei partecipanti è costituito da addetti che provengono dalle divisioni Commerciale, Marketing e Comunicazione.

Delle aziende iscritte al convegno l'80% (134) è costituito da Spa e Srl di **medie e grandi dimensioni.**

ORGANIZZAZIONE DEI CONTENUTI

Il 98% dei partecipanti ha giudicato la formula dei "colloqui" con un valore compreso fra Buono e Ottimo. Viene apprezzata l'idea di organizzare gli interventi senza power point, sulla base di narrazioni esperienziali riferite alla quotidianità lavorativa dei relatori. Il pubblico apprezza anche la ricchezza e la qualità delle testimonianze e il differente background di provenienza dei testimonial, che contribuisce a riunire esperienze diverse e varie attorno al tema del Convegno. Dai questionari emerge la richiesta di dedicare parte del convegno al confronto fra platea e relatori, attraverso un momento di domande e risposte.

Martina Galbiati – Responsabile Eventi ESTE