

CONVIVIO

# **RISORSE UMANE** **& NON UMANE**

Il ritorno al lavoro e all'impresa

ROMA, giovedì 19 giugno 2014 – Hotel Barceló Aran Mantegna

RELAZIONE CONCLUSIVA



328 iscritti, 298 aziende rappresentate, 177 presenti

SPONSOR



## SINTESI DEL PROGETTO

Giovedì **19 giugno** si è svolta per la prima volta la tappa romana del **Convivio “Risorse Umane e non Umane – Il ritorno al lavoro e all’impresa”**, organizzato da *Este* e dalla rivista *Persone&Conoscenze*, con l’obiettivo di creare una grande occasione di confronto per tutto il mercato HR del centro e sud Italia.

L’appuntamento, nato a Milano nel 2011, conferma anche a Roma il crescente successo, con 328 iscritti e 298 aziende rappresentate.

Il convegno, della durata di una giornata, è stata un’ottima occasione di confronto e aggiornamento tra esponenti delle risorse umane o responsabili del personale di importanti aziende del territorio ed esperti fornitori di prodotti, servizi e soluzioni per la direzione del personale e la direzione generale.

La giornata è stata ricca di interventi e ha coinvolto 17 relatori, tra cui il giurista e costituzionalista **Michele Ainis**, il manager e saggista **Pier Luigi Celli**, l’esponente politico **Michel Martone**, già **Viceministro del Lavoro e delle Politiche Sociali**, Direttori del Personale di primarie aziende italiane e multinazionali e rappresentanti delle aziende sponsor dell’evento.

### Fra le testimonianze aziendali:

- Gruppo Editoriale *L’Espresso*
- *STM Italia*
- *Enel Green Power*
- Gruppo *BNL*
- *NTV*
- *Save The Children*
- *Accademia Aeronautica*





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

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

**328 iscritti;**

**298 aziende rappresentate;**

**177 presenti effettivi;**

Delle organizzazioni iscritte al convegno la maggior parte sono Spa e Srl di medie e grandi dimensioni.

Di seguito alcuni nomi di aziende registrate al Convegno:

**Ama Azienda Municipale Ambiente, Ansa Compositi, Gruppo Api – Anonima Petroli Italiana, ATAC, Banca di Credito Cooperativo di Roma, Bristol-Myers Squibb, British American Tobacco, Canon Italia, Cotral, Dayco, Enel, Ferrovie dello Stato, Fiera di Roma, G.a.m., Groupama Assicurazioni, Imperial Tobacco, Intesa San Paolo, Officine Giuliano, Paganini Roma, Populis, Poste Italiane, Roma Metropolitane, Sts Multiservizi, Telecom Italia, Toyota Financial Services, Unicredit Group, Wind Telecomunicazioni.**



## GIUDIZIO SUI CONTENUTI

Il 100% dei visitatori che ha compilato il questionario ha fornito un giudizio compreso fra Buono e Ottimo per la composizione del panel di relatori: nello specifico sono stati evidenziati l'attualità dei contenuti offerti, la varietà degli argomenti trattati e l'alto valore riconosciuto ai relatori in termini di competenza e preparazione.

Alcuni partecipanti hanno segnalato la mancanza di interattività con la platea e la volontà di approfondire ulteriormente alcuni argomenti trattati.



## LA PROMOZIONE

La promozione del Convegno, avviata un mese e mezzo prima dell'evento, si è sviluppata attraverso i seguenti canali:

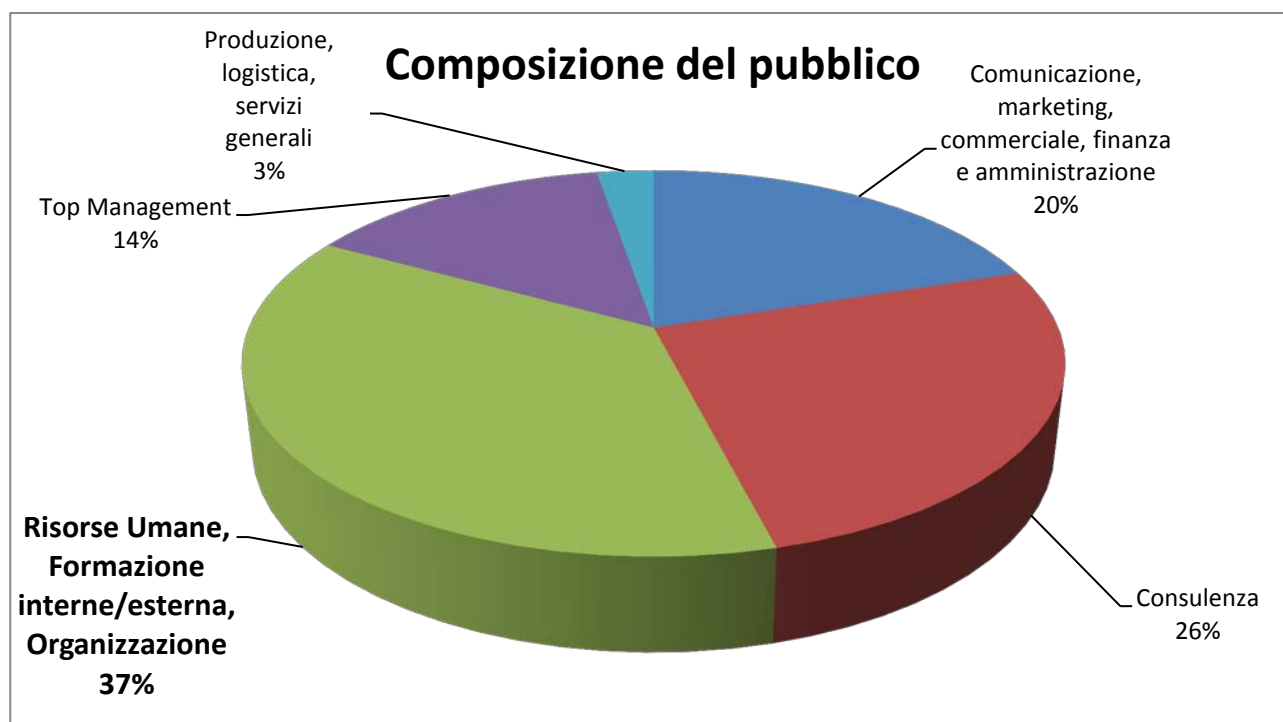
- Invito cartaceo spedito ad una selezione di Direttori e Responsabili Risorse Umane e Organizzazione delle principali aziende del territorio.
- Mail che comunicavano periodicamente ai potenziali visitatori del Convegno gli aggiornamenti relativi al programma della giornata.
- Invito di fax, indirizzati ai responsabili delle funzioni Risorse Umane e Organizzazione, Formazione, IT, oltre che alla direzione Generale.

- Social network 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 2.300 profili) sia ai membri di Gruppi che per tema d'interesse e target risultavano in linea con gli obiettivi del Convegno. Gli aggiornamenti sono stati diffusi anche attraverso il profilo Twitter della rivista Persone&Conoscenze.

I vari canali di comunicazione hanno diffuso i contenuti riportati sul sito dedicato al ciclo di Convegni [www.runu.it](http://www.runu.it).

L'evento è stato promosso presso le funzioni di General Management (Imprenditori, Direzione generale), Risorse Umane (Selezione, Formazione e Sviluppo, Amministrazione) e Organizzazione, It.

## TARGET VISITATORI



Dal seguente grafico emerge che il **37%** dei partecipanti è costituito da professionisti appartenenti all'area **Hr** e **Organizzazione**. Il restante comprende Consulenti (26%), figure legate al mondo della Comunicazione, del Marketing, del Commerciale, dell'Amministrazione e della Finanza (20%), Membri della Direzione Generale (14%) e infine, Produzione e Logistica (1%).

## INCONTRI DI MATCHING E PRANZO RISERVATO

Anche a Roma, come nell'edizione milanese, la formula del Convivio ha previsto l'organizzazione dei matching come servizio per le aziende Sponsor: appuntamenti prefissati dalla segreteria organizzativa con 10/15 partecipanti del Convivio di interesse per l'azienda Sponsor, che si sono tenuti nel corso della giornata in una zona privata creata ad hoc, adiacente alla sala Convegno e all'area espositiva.

L'organizzazione degli incontri e la loro effettiva realizzazione nella giornata è stata gestita dal personale dell'organizzazione ESTE che ha convogliato le persone coinvolte negli incontri direttamente nelle postazioni di ciascuno sponsor.

Di seguito la tabella con il dettaglio del numero di incontri pianificati per ciascuna azienda Sponsor e il confronto con il numero di appuntamenti effettivamente concretizzatisi nella giornata:

AZIENDA SPONSOR	APPUNTAMENTI FISSATI	INCONTRI EFFETTIVI
CEZANNE	35	25
INTOO	7	6
OBIETTIVO LAVORO	17	14
PLANTRONICS	8	3
TALENTIA SOFTWARE	20	13
WYSER	2	0
TOTALE	89	61

I partecipanti coinvolti nei matching e tre rappresentanti per ciascuna azienda sponsor hanno preso parte ad un *pranzo riservato* organizzato presso il ristorante dell'albergo. Il momento di break si è rivelato un'ulteriore occasione di contatto e networking per le aziende con i partecipanti potenziali prospect delle aziende Sponsor del Convivio.





## AREA ESPOSITIVA

Adiacente alla sala del Convegno è stata realizzata un'ampia area completamente dedicata all'esposizione degli sponsor, allestita con desk e strutture brandizzate. La pausa di un'ora per il pranzo e i coffee break della mattina e del pomeriggio si sono tenuti presso tale spazio, favorendo ulteriormente tra i partecipanti riflessioni, approfondimenti e relazioni commerciali.

Le aziende presenti hanno avuto così modo di entrare in contatto con i visitatori ed avviare con i propri prospect un primo contatto commerciale.

Il 97% dei partecipanti ha espresso un giudizio compreso fra Buono e Ottimo relativo all'organizzazione dell'Area Espositiva.

