

Speciale Agi: <http://www.agi.it/economia/forum-risorse-umane>

Galleria Foto: <http://www.agi.it/economia/forum-risorse-umane/gallerie-fotografiche/galleria-fotografica/risorse-umane-forum-2014>

Galleria Video:

<http://www.agi.it/economia/forum-risorse-umane/galleria-video/forum-risorse-umane-2017>

<http://www.agi.it/economia/forum-risorse-umane/galleria-video/forum-risorse-umane-2016>

<http://www.agi.it/economia/forum-risorse-umane/galleria-video/forum-risorse-umane-2015br->

<http://www.agi.it/economia/forum-risorse-umane/galleria-video/forum-risorse-umane-2015>

<http://www.agi.it/economia/forum-risorse-umane/galleria-video/forum-hr-2014---teaserbr->

<http://www.agi.it/economia/forum-risorse-umane/galleria-video/forum-hr---promotionbr->

Articoli:

Infojobs "boom del recruiting sul web, segno di ripresa"

http://www.agi.it/economia/forum-risorse-umane/notizie/infojobs_boom_del_recruiting_sul_web_segno_di_ripresa-201511111809-eco-rt10166

(AGI) - Milano, 12 nov. - Mercato del lavoro in ripresa, ruolo della tecnologia come driver di crescita e diffusione degli strumenti mobile nel recruiting. Sono questi i principali elementi che emergono dai dati dell'Osservatorio InfoJobs che saranno presentati domani in occasione del Forum delle Risorse Umane 2015, appuntamento annuale che riunisce l'industria del recruiting e delle risorse umane, delineando trend e prospettive per il mercato del lavoro nel nostro Paese. In un contesto dominato da cautela e giudizi prudenti da parte di osservatori e operatori di mercato, secondo quanto emerge dall'Osservatorio InfoJobs la ripresa sembra essere una prospettiva concreta, come dimostra il dato sulle offerte pubblicate nei primi 10 mesi del 2015 sul portale InfoJobs, che fa segnare un +38% rispetto allo stesso periodo del 2014, confermando i segnali positivi mostrati durante la prima parte dell'anno. A trainare la ripresa i settori ad alto tasso di innovazione, come ICT e Telecomunicazioni, capofila dei comparti più attivi rispettivamente con il 17,7% e il 13% delle offerte. A seguire Pubbliche relazioni ed eventi con il 12,4%, seguite da Marketing e pubblicità (11,2%) e Commercio, distribuzione, e GDO (10,7%). Per quanto riguarda le categorie professionali più ricercate, davanti a tutti Manifatturiero, produzione e qualità con il 22%, seguita da Vendite (13%) e Amministrazione e contabilità (8,4%). A completare la Top 5, Informatica, IT e telecomunicazioni (8,2%) e Commercio al dettaglio, GDO e Retail con l'8,1% del totale delle offerte. L'innovazione tecnologica non è tuttavia solo un driver di crescita per settori affini come ICT e Telecomunicazioni, ma guida anche l'evoluzione nel recruiting, dove grazie alla spinta dei portali online e

alla diffusione di strumenti mobile e app dedicate, si stanno affermando nuove modalita' di ricerca e offerta di lavoro, con ritorni importanti in termini di efficacia del matching e importanti risparmi di tempo e risorse per aziende e candidati. Se i portali online sono ormai ampiamente il primo strumento per l'incontro tra domanda e offerta di lavoro (l'88% dei candidati e il 70% delle aziende li utilizzano) e' la diffusione dei device mobili e di app dedicate a costituire la vera novita' per il mondo del recruiting. Dai dati dell'Osservatorio InfoJobs, emerge come il 62% dei candidati utilizzi siti mobile e app dedicate per la ricerca di lavoro, in quanto permettono di gestire la ricerca in qualsiasi momento della giornata, risparmiando tempo e rendendo la ricerca piu' efficace. Ai candidati fa eco il 61% delle aziende, a cui la diffusione del mobile nel recruitment garantisce maggiore visibilita', garantendo un'ottimizzazione di tempi e risorse. La diffusione del mobile e' rafforzata dal dato sulle app dedicate alla ricerca di lavoro, con piu' di 1 candidato su 2 che ne fa uso. Nello specifico, il 27% del campione le utilizza regolarmente a cui si aggiunge il 26% che ne fa uso saltuario e il 35% che e' a conoscenza della loro esistenza ma non le ha mai utilizzate. Per quanto riguarda le attivita' svolte, il 34% dei candidati utilizza principalmente il mobile per la ricerca di posizioni aperte ma predilige il pc per la gestione delle candidature, a fronte del 21% che utilizza il mobile in tutte le fasi, dalla ricerca alla gestione della candidatura, e del 30% che utilizza principalmente il pc senza tuttavia disdegnare il mobile. "A monte di questi dati, vi e' lo sviluppo di soluzioni, nate dall'ascolto del mercato e dalla volonta' di fare dell'innovazione tecnologica e dei servizi offerti il driver della nostra crescita. Se molte delle attivita' che venivano svolte esclusivamente da dispositivi fissi vengono oggi svolte da dispositivi mobile come smartphone e tablet, con importanti ritorni per candidati e aziende, in termini di efficacia della ricerca e visibilita' per le aziende, e' grazie a scelte coraggiose che ci hanno portato ad anticipare le evoluzioni del mercato e che ci hanno fatto trovare pronti alla sfide dell'era del mobile" ha dichiarato Giuseppe Bruno, General Manager di InfoJobs. "Sono proprio il coraggio di innovare e la capacita' di anticipare il mercato gli elementi centrali di una ripresa che vediamo oggi possibile e che si estende ben oltre i confini del recruiting, andando ad interessare l'intera economia" ha concluso Bruno. Se le aziende stanno rispondendo positivamente all'evoluzione in ottica mobile del recruiting, ci sono ancora opportunita' aperte dal recruiting digitale su cui ci sono margini di miglioramento. E' il caso dell'employer branding, aspetto dalle grandi potenzialita' in termini di posizionamento, che offre nuovi spazi per intercettare i migliori talenti, ma che solo il 21% delle aziende affronta con una strategia integrata e coerente, contro il 28% che implementa alcune attivita', senza una strategia di ampio respiro, il 32% che nonostante ne riconosca l'importanza, non ha ancora attivato azioni concrete. Solo il 19% delle aziende non lo reputa un'attivita' al momento strategica.

Il 63% cerca nuove opportunita' di lavoro sul web

http://www.agi.it/economia/forum-risorse-umane/notizie/il_63_cerca_nuove_opportunita_di_lavoro_sul_web-201511111808-eco-rt10165

(AGI) - Roma, 10 nov. - Non solo giovani laureati in cerca del primo impiego, ma anche professionisti che vogliono tentare nuove strade preferiscono il web come piattaforma per cercare lavoro. Questa e' la nuova tendenza globale, compresa l'Italia.

Lo conferma il sondaggio "Talent Trends 2015" di LinkedIn, cui hanno partecipato 20mila professionisti da tutto il mondo, 700 italiani. Per individuare le nuove opportunita', il 63% degli intervistati utilizza i siti di

professional networking, la meta online preferita da chi cerca lavoro. In Italia, come avviene anche a livello mondiale, gli intervistati che si dichiarano interessati a essere contattati e ricevere proposte sono circa il 78% dei partecipanti al sondaggio. Per i professionisti italiani, il fattore economico e' determinante.

Quando si tratta di prendere una decisione in merito alla carriera, per il 54% l'offerta retributiva pesa di piu' sia della possibilita' di carriera professionale (38%) che dell'opportunita' di un lavoro piu' stimolante (37%). Se il colloquio non e' soddisfacente, la gran parte dei professionisti (83%) scarterebbe l'offerta di un potenziale datore di lavoro, anche nel caso di un'azienda considerata interessante. Al contrario, un'esperienza positiva in fase di colloquio potrebbe far cambiare idea all'87% dei professionisti, che in questo caso potrebbero anche accettare l'offerta di un'azienda inizialmente ritenuta poco interessante. Il sondaggio 'regala' alle aziende anche alcuni consigli su come comportarsi con i candidati. Il 53% dei lavoratori italiani considera il primo incontro con il loro potenziale manager come l'interazione piu' importante avuta nel corso del processo di selezione. Anche la possibilita' di avere un incontro con i dirigenti viene considerata positivamente dalla meta' degli intervistati. Essere ricontattati al termine della selezione e' considerato una priorita' dal 94% degli intervistati, ma sono solo il 41% quelli che hanno ricevuto informazioni da aziende con cui avevano sostenuto un colloquio.

Il 73% dei professionisti preferirebbe ricevere conferma al telefono in caso di esito positivo della selezione, mentre il 65% preferirebbe ricevere una comunicazione tramite e-mail in caso di esito negativo. I candidati non amano essere contattati ne' al di fuori dell'orario di lavoro (in genere dopo le 18.00), ne' durante il weekend. Inoltre, l'81% degli intervistati e' maggiormente disponibile alla comunicazione diretta con le aziende che gia' segue nei siti di professional networking.(AGI)

Con la sfida digitale la partita si gioca sul web

http://www.agi.it/economia/forum-risorse-umane/notizie/con_la_sfida_digitale_la_partita_si_gioca_sul_web-201511111807-eco-rt10164

(AGI) - Roma, 11 nov. - Il digitale ha cambiato il modo di informarsi, di prenotare una vacanza, di fare acquisti e sta trasformando anche il mercato del lavoro. I giovani usano il web per cercare nuove opportunita' professionali, ma la rete e' sempre di piu' un punto di riferimento anche per professionisti e aziende. Online sono molti i siti internet dedicati al recruitment e una partita importante la gioca il social network LinkedIn in grado di connettere su un'unica piattaforma i professionisti di tutto il mondo. "Il recruiting sta vivendo una fase di profonda trasformazione dettata dalla diffusione degli strumenti digitali nei processi di ricerca e selezione di personale. I dati del nostro ultimo Osservatorio - commenta Giuseppe Bruno, General Manager di InfoJobs - parlano dell'88% dei candidati e il 70% delle aziende che utilizzano i portali online per la ricerca e offerta di lavoro, dato che viene rafforzato dalle cifre sull'uso di device mobili, con il 62% dei candidati e il 61% delle aziende che sfruttano le caratteristiche di funzionalita' e praticita' di smartphone e tablet nella ricerca di nuove posizioni o nella selezione di figure da inserire nell'organico aziendale. L'impatto di questa evoluzione e' molto significativo perche' migliora l'efficacia dell'incontro tra domanda e offerta di lavoro permettendo di ridurre sensibilmente i tempi della ricerca e generando un importante risparmio di risorse in una fase strategica della vita aziendale. Il web apre interessanti

opportunità per implementare strategie multi-canale di employer branding e attrarre i migliori talenti da inserire in azienda. Su questo aspetto, con l'Osservatorio abbiamo riscontrato come ci siano ancora margini di miglioramento, considerato che solo il 21% delle aziende adotta una strategia integrata e coerente di employer branding, cui si somma il 28% che implementa qualche attività, ma senza una strategia di ampio respiro". "Anche per i candidati - conclude Bruno - i vantaggi del recruiting 2.0 sono evidenti, con molte delle attività che venivano svolte esclusivamente da dispositivi fissi, come la redazione e l'aggiornamento del proprio cv, la visualizzazione in tempo reale delle offerte disponibili e il monitoraggio dell'andamento della propria candidatura, che grazie alla funzionalità degli strumenti mobile possono essere gestite in ogni momento della giornata e potenzialmente da ovunque ci si trovi". Con 380 milioni di iscritti a livello globale il social network LinkedIn, "piattaforma che permette di mostrare la propria identità professionale e connettersi con le aziende e gli altri professionisti e' in crescita in Italia come nel resto del mondo" racconta Marcello Albergoni, responsabile di LinkedIn per l'Italia. "Anche l'Italia con 8 milioni di iscritti dimostra di essere attenta alle relazioni. La crescita di LinkedIn probabilmente e' dovuta al fatto che negli anni il social ha dimostrato di essere attendibile e affidabile. Qui aziende e professionisti ci mettono la faccia nel vero e proprio senso della parola. Il social per come e' al momento strutturato - continua Albergoni - da' la possibilità di accorciare i tempi e di abbattere i costi per coloro che cercano una nuova occupazione, perché e' molto più facile contattare gli ambiti professionali di interesse". (AGI).

Al via il Forum delle risorse umane, "Innovare per cambiare"

http://www.agi.it/economia/forum-risorse-umane/notizie/al_via_il_forum_delle_risorse_umane_innovare_per_cambiare-201511101748-eco-rt10159

(AGI) - Roma, 2 nov. - Parte giovedì la settima edizione del Forum delle Risorse Umane, prevista per il 12 novembre a Milano, in Piazza Citta' di Lombardia, presso Palazzo Lombardia. Con il contributo di oltre 75 relatori, il Forum anche quest'anno sarà il principale evento dedicato ai temi del lavoro e gestione delle persone nelle organizzazioni.

L'evento sarà un'occasione esclusiva per aziende, istituzioni pubbliche, università, business school, associazioni, di incontrarsi per confrontarsi e allo stesso tempo dialogare con la comunità politica, economica, scientifica e sociale del Paese. "Fil rouge" della giornata sarà l'Innovazione come "driver" di cambiamento, che caratterizzerà il "mood" e gli interventi di questa edizione. Sulla base del documento programmatico ("Boosting Jobs, Growth and Investments"), redatto dalla Commissione Europea, che ha identificato nel 2014-2016, il triennio del cambiamento, per poter tornare a crescere e dare una svolta nel mondo del Lavoro, gli sforzi della Commissione Europea e quindi dei Governi locali verteranno su tre punti: "Educazione, Ricerca ed Innovazione". Comunicazione Italiana, si fa portatrice di istanze di Innovazione e cambiamento, come l'innovazione tecnologia e digitale, ma sempre con una prevalenza della componente umana che giocherà un ruolo importante. Il management, a cui l'evento è rivolto, dovrà comprendere che il cambiamento può avvenire lì dove si fanno in primis scelte coraggiose (a volte illogiche, a volte paradossali) che impatteranno su tutto il sistema organizzativo.

Il Forum è promosso dalla Rappresentanza della Commissione Europea in Italia, da Regione Lombardia e Comune di Milano e dai più importanti partner associativi.

Tra gli interventi del Forum il keynote speech introduttivo di Andrea Prencipe, Professore Ordinario di Organizzazione e Innovazione LUISS, su "Organizzare per Innovare" e Giuseppe Bruno, General Manager

InfoJobs Italia, su "Tecnologia, mobile e nuove competenze al centro di una ripresa possibile"?; la seconda parte della giornata l'intervento pomeridiano di Stewart Mader, Senior Director, Global Head Digital Media Fitch Ratings?, che porterà dagli USA una testimonianza sull'utilizzo di strumenti di collaboration per costruire e mantenere una presenza digitale media per Fitch Ratings. ?"The digital media and IT development teams, although reporting to different parts of the organization, work together as one, with shared responsibility, a collaborative mindset, and a disciplined approach".

L'agenda prevede un talk show iniziale sul tema "Ripensare il Lavoro partendo dal Coraggio", ove saranno raccontate, grazie alla conduzione del giornalista Mario Sechi, quattro storie diverse su capacità di gestione delle criticità, delle persone e il coraggio delle scelte: Mauro Berruto, Past Trainer Nazionale Italiana Pallavolo Maschile, Luca Lisandroni, General Manager Luxottica Brasile, Carmine Masiello, Generale di Divisione, Capo Ufficio Generale Stato Maggiore della Difesa, Stefano Zannini, Direttore Supporto alle Operazioni Medici Senza Frontiere, saranno i protagonisti dell'apertura del Forum. Seguiranno confronti, approfondimenti, keynote speech, workshop verticali su temi specifici, HR focus di settore ed una serie di interventi dove saranno evidenziate le best practice innovative di gestione delle risorse umane. (AGI) .