

EMPLOYABILITY 4.0

LA CORPORATE PARTNERSHIP: come co-costruire la relazione con l'azienda attraverso il dialogo tra pubblico e privato



AGENDA • 28 ottobre 2021 ore 11:00 - 13:00

Elena Reggioli Business Consultant Lifescience • The Adecco Group

«Le quattro dimensioni della relazione con l'azienda: mappatura, conquista, gestione e fidelizzazione»

Francesco Reale Segretario Generale • Fondazione Adecco per le Pari Opportunità

«Corporate Partnership e innovazione sociale»

Cinzia Marzano Equality, Diversity & Inclusion Manager - HR • IKEA Group

«Il progetto “Employment skills for Refugees”: best practice IKEA Group»

Giorgia Pegoraro Responsabile del Progetto SAI per il Comune di Rovigo

Luca Ballotta Operatore per l'integrazione per l'ente attuatore Coop. Porto Alegre

Roberta Lorenzetto Coordinatrice tecnica del Progetto per l'ente attuatore RTI Coop. Porto Alegre/Città Solare /Coordinatrice del tavolo integrazione della Comunità di Pratica Veneta dei Progetti SAI

«Il ruolo dell'amministrazione pubblica e del SAI nella Corporate Partnership: best practice Rovigo»

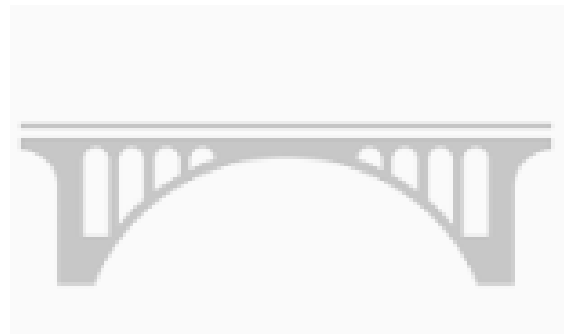
Conclusioni di **Stefania Maselli** - Referente Formazione, Inclusione lavorativa e MSNA Servizio Centrale





«Abitare i confini implica un processo di decolonizzazione della mente» Castoriadis

PROFIT

A black icon of a bar chart with three bars of increasing height and a black arrow pointing upwards from the top of the first bar, representing profit or economic growth.

NPO/NGO

A black icon showing two hands cupping a globe of the Earth, symbolizing care, support, and humanitarian aid.



Spesso i due mondi quello del no profit, dell'accoglienza, dei servizi pubblici e quello delle aziende vengono considerati o si auto-percepiscono come **dicotomici** con obiettivi, linguaggi e progettualità differenti.



Le tappe della relazione con l'azienda



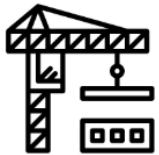
1. MAPPATURA/PIANIFICAZIONE
vs CONOSCERE



**2. FOLLOW UP/
FIDELIZZAZIONE** vs
INNOVAZIONE



2. CONQUISTA vs INCONTRO



3. GESTIONE vs CONDIVISIONE



ELENA REGGIOLI
Business Consultant
Lifescience • The Adecco
Group



1. MAPPATURA/PIANIFICAZIONE vs CONOSCERE

Quali criteri utilizzi per individuare l'azienda da contattare?



Settore Medicale

Ciao a tutti,

in allegato un articolo che trovate su Aboutpharma di gennaio 2021 (che dovrete ricevere in filiale visto che abbiamo prorogato l'abbonamento anche per il 2021, nel caso non sia così segnalatemelo per favore).

Ci sono 1340 aziende, con circa 33.400 addetti, molte delle quali tutte le mattine si chiedono perché non le contattiamo, visto che ci occupiamo di lifescience, ed avrebbero tanto bisogno di un po di permanent e di qualche dose di STD 😊

Vi propongo un gioco, è un gioco di origine anglosassone, che forse qualcuno di voi già conosce, che si chiama.....Mapping !

Vince chi riesce in minor tempo a mappare tutte le aziende del suo territorio. Ma i veri Kings di questo gioco sono quelli che in poche mosse riescono a mappare il proprio e tutti gli altri territori con una lista nazionale.

Quindi, per gli amanti della matematica ricapitoliamo:

Torino LS	98 aziende
Milano LS	596 aziende
Firenze LS	426 aziende
Roma LS	165 aziende
Napoli LS	55 aziende

IL gioco è propedeutico alla crescita della client base e dei clienti nuovi quindi....se non volete farlo per me fatelo per Coccato, al quale piacciono molto queste cose.

Buona gara e che vinca il migliore.

Articolo di Aboutpharma

L'INDUSTRIA DEI DISPOSITIVI MEDICI IN ITALIA

4.323
IMPRESE



7,8
MLD €

SPESA PUBBLICA
IN DISPOSITIVI
MEDICI



934
MLN €

INVESTIMENTI
IN R&S



8,1
MLD €

IMPORT



3,2
MLD €

SPESA PRIVATA
IN DISPOSITIVI
MEDICI



6,9
MLD €

PRODUZIONE



5,7
MLD €

EXPORT

94.153
OCCUPATI

Fonte: dati riferiti all'anno 2019 – Centro studi Confindustria Dispositivi Medici

Lifescience

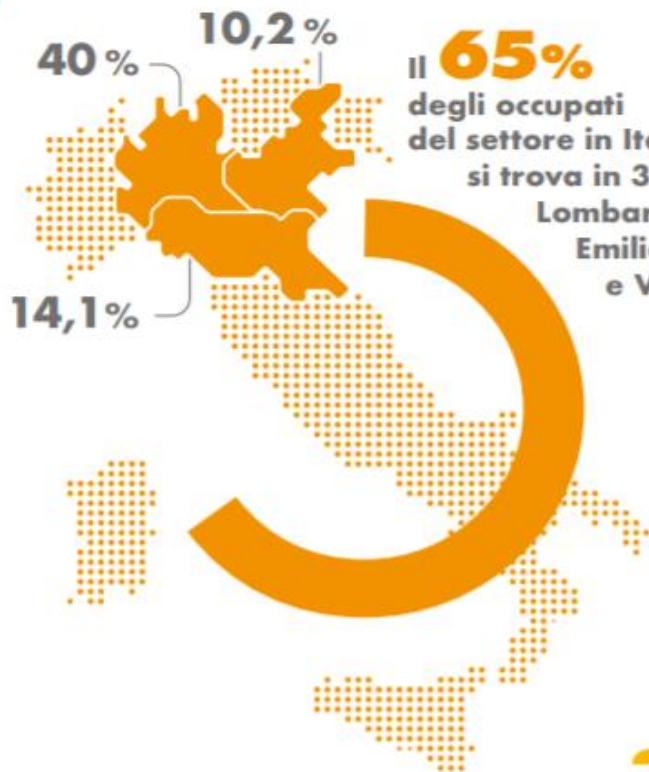
OCCUPAZIONE



IN EUROPA
675.000

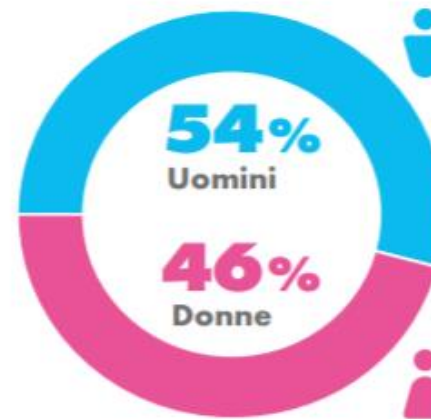


TOTALE
DIPENDENTI
SETTORE
DISPOSITIVI
MEDICI



Il **65%**
degli occupati
del settore in Italia
si trova in 3 regioni:
Lombardia,
Emilia-Romagna
e Veneto

IN ITALIA
94.153
Il **14%**
degli occupati
del settore



54%
Uomini

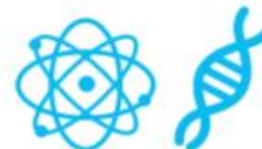
46%
Donne

50%
Laureati

39%
Diplomati

11%
Titolo
inferiore
al diploma

15%
Occupati
in ricerca
e innovazione



Fonti: dati riferiti all'anno 2019 - Centro studi Confindustria Dispositivi Medici

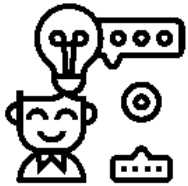


Lifescience

1. MAPPATURA/PIANIFICAZIONE vs CONOSCERE



IDENTIFICAZIONE dell'azienda giusta da visitare e l'OBIETTIVO



ANALISI del profilo dell'azienda



PIANIFICAZIONE dell'incontro

IDENTIFICAZIONE

FILIERE



1. Settori sensibili alla CSR
2. Aziende partecipanti ad Iniziative In ambito CSR
3. Clienti / Concorrenti / Fornitori di aziende partner
4. Aziende in cui lavorano referenti sensibili in ambito CSR

CANALI

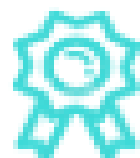
1. Associazioni di Categoria
2. Linked In
3. Siti web aziende
4. Stampa
5. Convegni ed Eventi
6. UNHCR/TENT.org

ANALISI



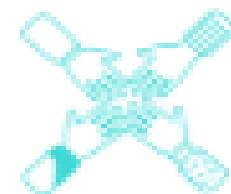
PROFILO

Tipologia di prodotto o servizio
Utenza di riferimento
Catena clienti / fornitori



CERTIFICAZIONI

possiedono certificazioni di qualità
/ sociali / sicurezza / ambiente



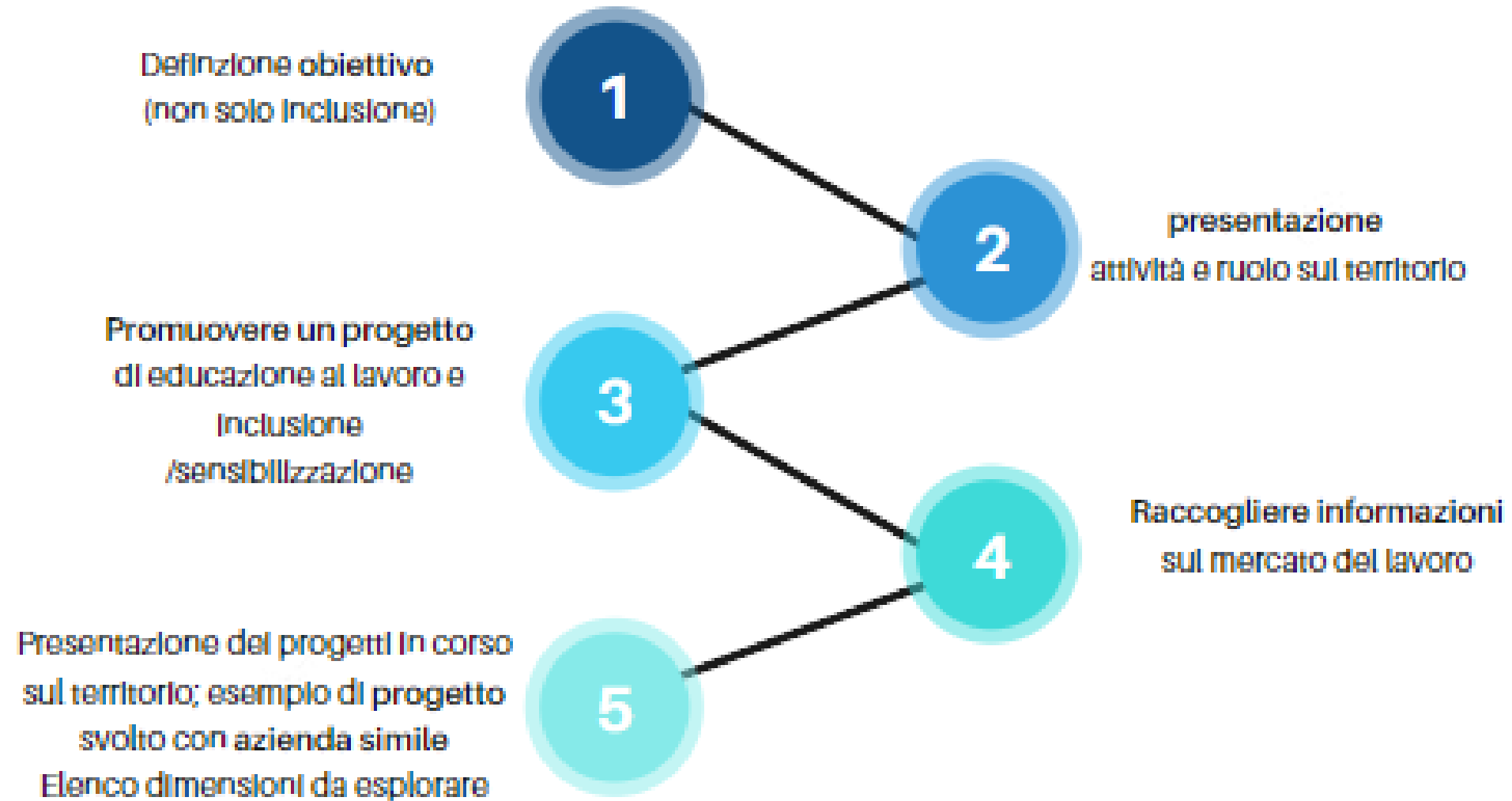
INIZIATIVE D&I AND CSR

Attenzione ai temi di
Diversity&Inclusion



NETWORK PUBBLICO/PRIVATO

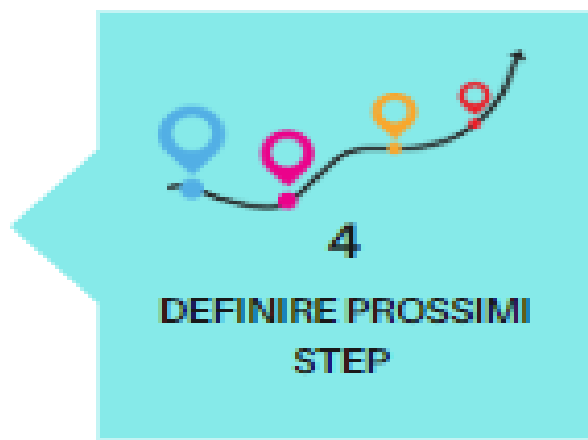
PIANIFICAZIONE





2. CONQUISTA vs INCONTRO

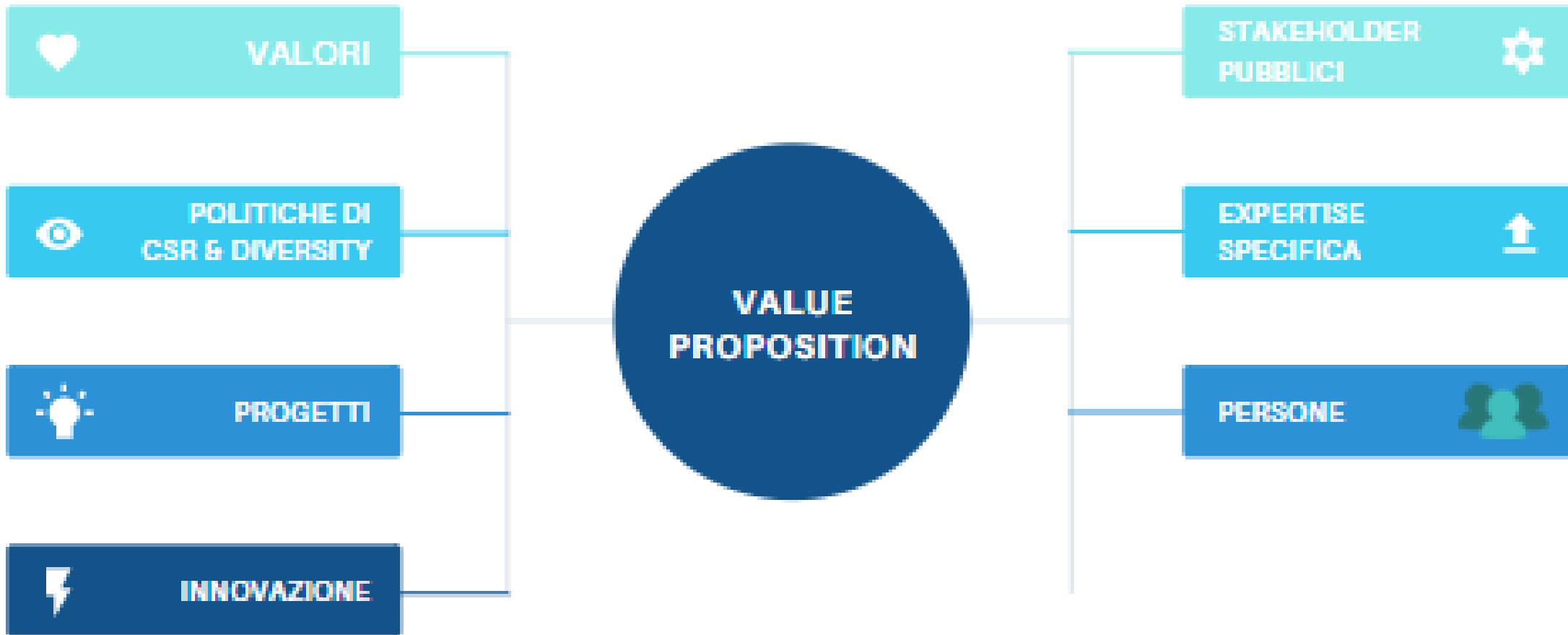
Quale è il modo più efficace per te di entrare in contatto con nuove realtà? C'è un modo/metodo/approccio che ritieni più efficace di altri





Come gestisci il primo incontro in azienda?
Come ti presenti all'azienda?





Obiettivo, utilizzo di domande aperte e analisi dei bisogni espliciti ed impliciti

Conoscere
Interlocutore/trice
contesto e i ruoli
(aspetti relazionali)

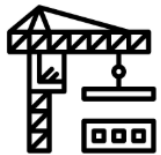
Workforce

Programmazione /
Follow up



Attività
Mercato
Lavoro

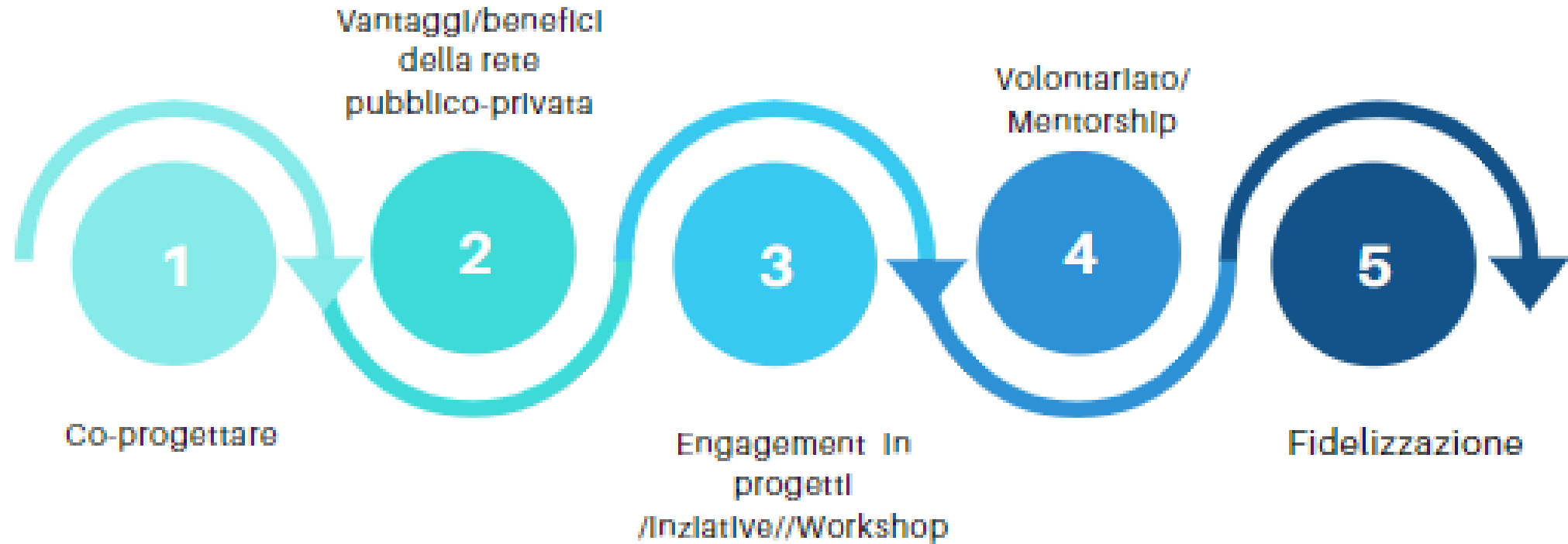
Corporate & public
Partnership
Progetti D&I
CSR
Condivisione
progettualità



3. GESTIONE vs CONDIVISIONE

Come costruisci la relazione aziendale?

RELAZIONE AZIENDALE





1. FOLLOW UP/ FIDELIZZAZIONE vs INNOVAZIONE

Come fidelizzi l'azienda?

FOLLOW UP/ FIDELIZZAZIONE

Il follow up è la fase in cui:

- diamo seguito all'incontro (TO DO) sia esternamente con l'azienda che internamente all'organizzazione
- curiamo il rapporto con l'azienda



BENEFIT/VANTAGGI E INNOVAZIONE

Miglior coinvolgimento e motivazione dei dipendenti

Maggior fidelizzazione dei dipendenti

Aumento della produttività e dell'innovazione

Staff multietnico a servizio del marketing strategico aziendale

Immigrati a sostegno dell'internazionalizzazione

Multilinguismo come valore aggiunto per i clienti

Soluzione alla carenza di competenze e profili tra i nativi



Font: Commissione Europea, Harvard Business Review

Recupero di lavori artigianali e tradizionali

Rafforzamento del brand aziendale

Innovazione sociale

EMPLOYABILITY TOOL



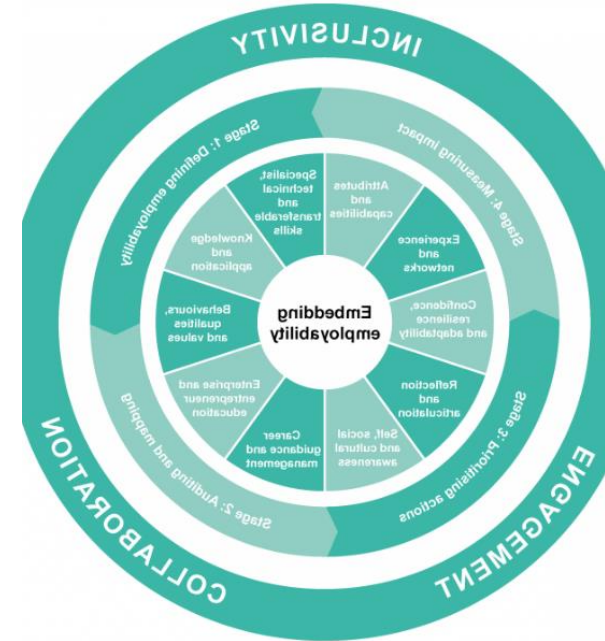
FONDAZIONE ADECCO
PER LE PARI OPPORTUNITÀ
THE ADECCO GROUP



EMPLOYABILITY TOOL



Rilevare | Valutare | Costruire (pianificare e progettare) | Realizzare

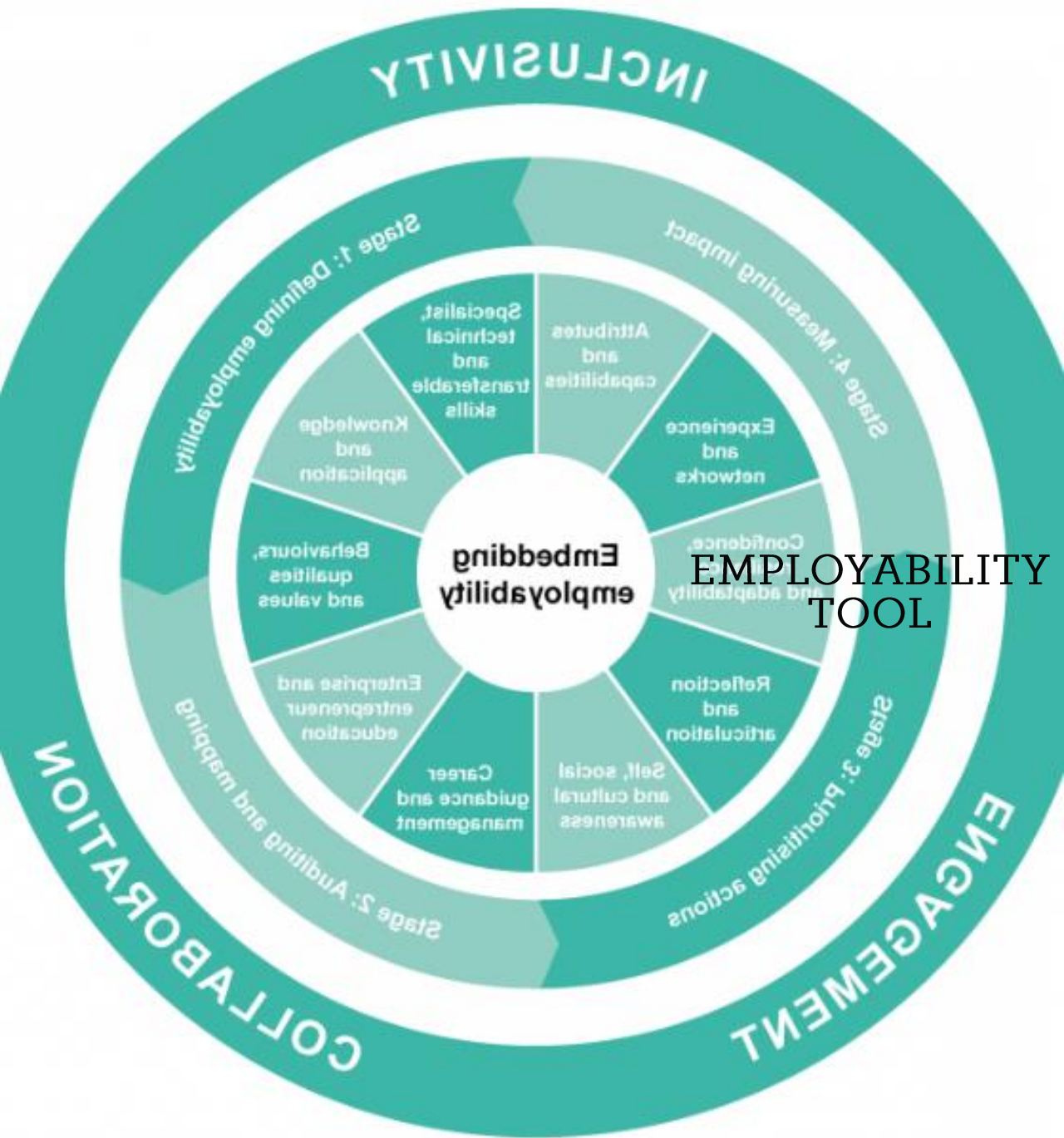


monia.dardi@fondazioneadecco.it

micaela.imperatori@fondazioneadecco.it

Mappa del documento

L'EMPLOYABILITY TOOL avrà la seguente struttura che rappresenta anche un indice sintetico dei contenuti.



Pag. 3		ANAGRAFICA DATI IDENTIFICATIVI
		Beneficiario
		Servizio
Pag. 4	SEZ. 1	RILEVAZIONE PRE-REQUISITI MINIMI
		di accesso ai percorsi di sostegno all'inclusione lavorativa
Pag. 5		1.1 Conoscenza linguistica Italiana di accesso
Pag. 6		1.2 Soft Skills Core
Pag. 7		1.3 Valutazione di Accesso e Action Plan
Pag. 8	SEZ. 2	RILEVAZIONE REQUISITI DI VALORE
Pag. 8		2.1 Rilevazione livello di qualifica
Pag. 9		2.1.1 Educazione/titoli di studio
Pag. 10		2.1.2 Esperienze Professionali
Pag. 11		2.2 Rilevazione requisiti di valore suscettibili per ruolo
Pag. 11		2.2.1 Corsi di Formazione, Certificazioni Professionali, iscrizione ad A e/o Organizzazioni di Categoria
Pag. 13		2.2.2 Soft Skills Plus
Pag. 14		2.2.3 Competenze Informatiche
Pag. 16		2.2.4 Competenze Linguistiche
Pag. 18		2.2.5 Altre Variabili