

*Centro Studi*

# Valore sociale dell'Impresa e Sviluppo Risorse Umane



**POTENZIALITÀ E LIMITI DEL NOSTRO TERRITORIO**

Antonella Lagrutta  
Convegno DELOITTE – Centro Studi  
Polla, 29 Giugno 2011

# LA MISSION



## *LA NOSTRA MISSION DA SEMPRE*

*“Creare Valore d’Impresa traendo elementi di forza distintiva dalle **radici territoriali** del Gruppo e nel **rispetto delle regole.**”*

## *IL NOSTRO IMPEGNO ANCHE OGGI*

*“Noi siamo al Sud e continueremo ad investire nel Territorio perché è proprio nei momenti di recessione che bisogna **puntare allo sviluppo.**” (Costantino Di Carlo)*

# LO SVILUPPO DELL'IMPRESA E IL TERRITORIO



- ✓ Sviluppo **NEL** Territorio
- ✓ Sviluppo **PER** il Territorio
- ✓ Sviluppo **CON** il Territorio

# SVILUPPO NEL TERRITORIO: POTENZIALITÀ E LIMITI

- ✓ Radici culturali e affettive rendono forte il legame con il Territorio da parte di chi sceglie di restare ed investire qui il proprio futuro personale e professionale



- ✓ L'assenza di idonee strutture formative (incluse Università e Business School), di un panorama più incoraggiante di opportunità lavorative, di un ventaglio più ampio di possibili interessi e occupazioni, spinge i giovani più ambiziosi (e meno “legati”) ad allontanarsi più o meno definitivamente



**Il Bacino di Risorse Umane e di competenze  
da cui l'Impresa può attingere è  
quantitativamente e qualitativamente “ridotto”**

# SVILUPPO PER IL TERRITORIO: VALORE SOCIALE DELL'IMPRESA

## SELEZIONI ANNO 2010



- **5204** CV ricevuti (**434** in media ogni mese)
- **22,4%** CV utili alle esigenze aziendali di Recruiting
- **FONTI CV**
  - **67,8%** Autocandidature (anche attraverso il sito web)
  - **20,9%** Risposta ad annunci via web
  - **5,2%** Agenzie per il Lavoro
  - **6,1%** Placement (Scuole, Università, Business School)
- **688 colloqui** di selezione effettuati, di cui
  - **85,8%** Profili operativi (addetti vendita, magazzinieri, cassieri)
  - **10,2%** Profili intermedi (impiegati di sede centrale, allievi gestori di PdV)
  - **4%** Profili direttivi
- **152 assunzioni**

# SVILUPPO PER IL TERRITORIO: VALORE SOCIALE DELL'IMPRESA

## DIPENDENTI ANNO 2010

- Dipendenti diretti **880 circa**
- Indotto captive **600 circa**
- **66% Maschi – 34% Femmine**
- Tipo di contratto
  - **98% TI – 2% TD**
- Titolo di studio
  - **12% Laurea**
  - **69% Diploma**
  - **20% Licenza Media**
- Età media dipendenti: **37 Anni**
- Anzianità aziendale media: **8 anni**
- Rotazione del personale: **6%**

# SVILUPPO CON IL TERRITORIO: OBIETTIVI FUTURI DELL'IMPRESA

- ✓ SVILUPPARE LE PERSONE Investire sullo **sviluppo manageriale dei potenziali** concretamente già identificati tra le nostre risorse, con consistenti “quote rosa”, verso responsabilità di guida dell'Impresa



- ✓ SVILUPPARE LE PARTNERSHIP Cercare **sinergia e unidirezionalità con il mondo scolastico e accademico** verso la formazione di profili professionali di competenze e “meta-competenze” fondamentali nel mondo del lavoro per lo sviluppo della persona, dell'Impresa, del Territorio

- ✓ SVILUPPARE LA CONOSCENZA Attraverso la fondazione di **Centro Studi Srl** nel 2009, puntare all'investimento interno in progetti di sviluppo *know how* e ricerca di sistemi e metodologie di lavoro per il business.

Successivamente Centro Studi Srl vorrà essere riferimento territoriale per la formazione e qualificazione “manageriale” di personale della nostra e di altre Imprese

# IN SINTESI

Centro Studi è la “cerniera” tra Famiglia e Impresa, l’espressione della volontà di superare i vincoli del Territorio verso la managerialità.

