

organizzato da



COMUNICATO STAMPA

AL LAVORO MILANO – DIGITAL EDITION VOLGE AL TERMINE. PLACEMENT E RECRUITING ONLINE, FUNZIONA!

Più di 2.700 preregistrati, circa 580 inviti a colloqui one-to-one, 23 workshop realizzati dalle 18 aziende coinvolte e dai 2 Enti di formazione. Una platea di partecipanti proveniente dalla Lombardia (36%) e non solo: 11% dall' Emilia Romagna, 9% dal Veneto, 6% dal Piemonte, 4% dalla Liguria e il 34% da tutte le altre regioni. Questi numeri raccontano che il superamento dei confini geografici e l'inclusione - offerti dall'edizione digitale degli appuntamenti di placement e recruiting - sono stati un determinante punto di forza che ha consentito una più ampia, diffusa ed eterogenea partecipazione agli eventi online, promossi da AlmaLaurea srl per contribuire allo sforzo collettivo in questa difficile emergenza sanitaria.

(Bologna, 20 novembre 2020) Anche l'ultima tappa del **tour AL Lavoro – Digital Edition**, targato AlmaLaurea srl, che ha visto questa settimana coinvolta virtualmente la città di **Milano**, conferma la validità del format online adottato per il 2020, con cui sono state condotte le **iniziative di placement e recruiting**, fino allo scorso anno organizzate e svolte in presenza.

Per fronteggiare la fase emergenziale e contribuire allo sforzo collettivo di contenimento dell'epidemia, AlmaLaurea srl, infatti, ha tempestivamente promosso un tour di date (iniziato a luglio in Sicilia) con webinar, tavole rotonde e incontri istituzionali, grazie a una innovativa piattaforma, rivelatasi il vero ponte tra il mondo delle imprese e i laureati.

La cinque giorni appena conclusa di **AL Lavoro Milano – Digital Edition**, si era aperta con il webinar **"Piattaforme digitali e social recruiting: come il Covid-19 impatta sulle attività di placement e ricerca del personale"**. Durante quest'evento **Alberto Leone** e **Silvia Ghiselli** del *Consorzio Interuniversitario AlmaLaurea*, **Cristina Sottotetti**, *Responsabile Career Service Iulm*, **Marianna Poletti** *Founder di Just Knock*, **Gianluca Bonacchi** *per Indeed* e **Cristina Arbini**, *Digital communication advisor & LinkedIn strategist*, moderati da **Enrico Brighi**, *Responsabile dei sistemi informativi dell'Università di Pavia*, hanno raccontato best practice, presentato esperienze e condiviso testimonianze di successi aziendali e istituzionali. Un racconto, quello emerso nell'ultima tappa meneghina, che può ben sintetizzare le parole chiave e lo spirito con cui tutti gli eventi di recruiting e placement sono stati programmati e vissuti.

Con **flessibilità**, intesa come abilità nel sapersi adeguare al contesto in modo repentino, infatti, si è accolta l'**evoluzione**, rispetto alle crisi e ai cambiamenti in atto. Una buona dose di **resilienza evolutiva**, ossia adattabilità a usare il tempo per reagire, e di **concentrazione** sugli obiettivi prefissati, hanno consentito a tutti di rispondere con **proattività** nel trovare un modo per emergere. Con **fluidità** e **multidisciplinarietà** si continueranno ad affrontare le sfide del futuro. Un futuro cui si guarda con ottimismo, perché i numeri confermano che le misure adottate, almeno in questo campo, sono state efficaci per il raggiungimento degli obiettivi prefissati: coinvolgere numerose e prestigiose aziende nazionali e internazionali e farle incontrare con i giovani talenti italiani che del futuro saranno i veri protagonisti.

Gold sponsor



organizzato da



I NUMERI DI AL LAVORO MILANO – DIGITAL EDITION

Preregistrati all'evento: 2.757

Totale inviti a colloquio one-to-one: 578

Workshop: 23

Area geografica di riferimento: Lombardia 36%, Emilia Romagna 11%, Veneto 9%, Piemonte 6%, Liguria 4%, altre regioni 34%

Area disciplinare di provenienza: Economico – Statistico 41%, Ingegneria e ICT 30%, Politico – Sociale 8%, Giuridico 5%, altre aree (letteraria, linguistica, psicologica, ecc.) 16%

Università di provenienza: atenei lombardi 33%, atenei emiliani 15%, atenei piemontesi 8%, atenei veneti 9%, atenei toscani 5%, altri istituti universitari e di alta formazione 30%

Anno di laurea: 2020 62%, 2029 24%, 2021 6%, altro 8%

Le imprese che hanno aderito all'appuntamento milanese sono **18**: Alleanza Assicurazioni, Alten Italia, Antares Vision, Avande Italy, Capgemini, Coop Lombardia, Costa Crociere, Elettronica Group, Fielmann, Lavoropiù, Lidl Italia, Marchesini Group, Msx International, OverIT, Reply, Soft Strategy Group, TIM, Txt e-solutions,

Per gli enti di formazione: Cuoia Business School - Master e Uniform Group.

I principali settori coinvolti sono: GDO e Retail; consulenza assicurativa, informatica e tecnologica; turistico; telecomunicazioni; industriale.

Le precedenti tappe: Sicilia, Campania, Roma, Torino, Bari

Ufficio Stampa AlmaLaurea

Marianna Corte - cell. + 39 347 4219001

Gaia Grassi - cell. +39 339 5653179

e-mail: ufficiostampa@almalaurea.it

Gold sponsor

