http://www.paconline.it/wordpress/blog/archives/42536

Punto a Capo Online
Il quotidiano del Lazio
www.paconline.it
La voce di chi prima non l'aveva
Provincia per Provincia
Municipio per Municipio
Comune per Comune
AIUTACI A RESTARE LIBERI. DONA IL 5XMILLE A PUNTO A CAPO ONLUS: 06893421005

Pubblicato il 19/11/2010 7:04 PM

Roma, SOUL: Presentazione Aziendale Unilever

Presentazione Aziendale Unilever

Venerdì 26 novembre 2010
ore 11.00 – 13.00
Sala Presentazioni SOUL — Via Cesare de Lollis, 22 — Roma

SOUL (Sistema Orientamento Università Lavoro) vi invita a partecipare alla presentazione aziendale di**Unilever S.r.L.** Un appuntamento importante, per studenti e laureati, per conoscere i settori di attività dell'impresa e le offerte di lavoro e stage attive.

Programma della giornata:

11.00 – 13.00 "Adding vitaly to Life" **Marta Guidarelli – Elsa Quaranta**

Alla fine dell'intervento sarà possibile lasciare il proprio curriculum.

Visto il numero dei **posti limitato** l'ingresso sarà possibile sino al raggiungimento della capienza massima della sala.

Per partecipare è necessario accreditarsi inviando un'email a: aziende@jobsoul.it

Intervista

Abbiamo intervistato la Dott.ssa Marta Guidarelli, Talent Specialist di Unilever S.r.L. per capire meglio gli ambiti di attività e le figure ricercate dall'azienda.

Gentile Responsabile, ci può brevemente illustrare il profilo della sua azienda ed i principali ambiti di attività?
Unilever – gruppo multinazionale anglo-olandese – nasce nel 1930 dalla fusione di due società: la Lever Brothers e la Margarine Unie. La mission di Unilever è lavorare per creare un futuro migliore ogni giorno. Noi aiutiamo i consumatori a sentirsi bene, avere un bell'aspetto ed una vita più piacevole con prodotti, marchi e servizi buoni per loro e per gli altri. Unilever è una delle principali aziende mondiali dei beni di largo consumo, molto radicata in oltre 100 Paesi in tutto il mondo. Unilever è leader planetaria in molte categorie nelle quali opera e il portfolio comprende alcuni tra i marchi più conosciuti ed amati a livello

globale. Alcuni dei nostri brands sono Knorr, Dove, Lipton, Carte d'Or, Calvè, Cif, Sunsilk e tanti altri.Unilever impiega circa 163,000 persone in quasi 100 Paesi e ha generato un fatturato di oltre 40 miliardi di euro nel 2009. Nell'ultimo anno Unilever in Italia ha fatturato circa 2 miliardi di euro, grazie al lavoro e all'impegno continuo dei suoi 3.100 dipendenti, che lavorano su una sede direzionale a Roma, un centro di eccellenza dedicato allo sviluppo prodotti a Milano e stabilimenti chimici e alimentari tra i più avanzati in Europa per dimensione, sicurezza, tecnologia, rispetto dell'ambiente e produttività.Ogni giorno, per 160 milioni di volte, qualcuno nel mondo sceglie un prodotto Unilever. Siamo convinti che il nostro vantaggio competitivo sia legato alla professionalità delle persone: lavoriamo ogni giorno per creare un ambiente favorevole allo sviluppo di nuove idee e progetti, stimolare la passione per la novità e per la creazione di nuovi prodotti e servizi per i nostri consumatori.

Quali sono le figure professionali da voi ricercate e quali caratteristiche deve avere un laureando o neo-laureato per entrare nella vostra struttura?
Puntiamo soprattutto su neolaureati che abbiano conseguito un titolo di studi specialistico. La prima fase di inserimento in azienda prevede quasi sempre uno stage fulltime: un periodo di formazione on the job che permetta al candidato di conoscere da vicino il settore in cui andrà a lavorare e di entrare in contatto con tutte le aree aziendali di Unilever. E' una modalità che utilizziamo per qualsiasi tipo di profilo, sia che si tratti di candidati per l'ufficio risorse umane che per il settore finance, ma anche per posizioni di fabbrica o per chi entra a contatto con le divisioni di business, come trade e marketing.
Un'altra caratteristica distintiva che definisce il prototipo ideale di candidato è la conoscenza della lingua inglese. Unilever ha infatti una doppia anima, metà inglese e metà olandese. E' un'azienda con oltre 100 anni di storia e con due sedi principali a Rotterdam e a Londra. Non solo, i team di lavoro sono tutti inseriti in networking internazionali. Non stupisce quindi che la conoscenza della lingua sia un elemento discriminante in fase di selezione".
A livello di caratteristiche personali
Un elemento identificativo di quello che in azienda chiamiamo l' 'animaletto' Unilever, ovvero il candidato ideale che vive bene il suo ruolo e lavora con passione all'interno del gruppo e dell'ambiente, oltre alla curiosità, è il fatto di possedere una forte intelligenza sociale. In altre parole si tratta di capire se il laureato è capace di tarare le sue comunicazioni in base all'interlocutore che ha di fronte, relazionandosi volta per volta con clienti e colleghi in modo corretto e propositivo per l'azienda. Altro requisito, l'umiltà: cerchiamo persone con ottime competenze professionali ma anche sia prima di tutto disposte a collaborare e lavorare in team. In Unilever la regola numero uno è che ogni persona, dal neoassunto al dirigente, si deve fare le fotocopie da sola, non c'è lo stagista addetto a questa mansione. Tutti fanno tutto compreso chi entra per ultimo nell'impresa.

L'Istat, nell'ultimo rapporto "L'ingresso dei giovani nel mercato del lavoro", sostiene che il 55% dei giovani trova la prima occupazione attraverso le segnalazioni di parenti e amici ma la scelta di affidarsi alla rete informale si riduce all'aumentare del livello di istruzione. Secondo Lei quali sono i passi in avanti che l'università dovrebbe fare per avvicinarsi alle necessità di incontro fra aziende e studenti?
"L'università riscuote da sempre la nostra fiducia, a tal punto che non testiamo mai le competenze possedute dal candidato. Dal nostro punto di vista il sistema formativo funziona molto bene. Resta tuttavia un gap che neppure la riforma ha colmato e si chiama orientamento. Lo vediamo nel corso dei job meeting o quando selezioniamo dei neolaureati: nella maggior parte dei casi i ragazzi si presentano a colloquio e ci chiedono quali sono gli ambiti di possibile inserimento. E' la dimostrazione che non hanno idea di quali possano essere le funzioni da ricoprire in un'azienda strutturata modernamente come la nostra. In questo senso, credo che università e imprese si debbano muovere per guidare e supportare le giovani generazioni, aumentando il know how relativo al mondo del lavo