

life
VITISOM



WITH THE CONTRIBUTION OF THE LIFE PROGRAMME
OF THE EUROPEAN UNION. LIFE'S ERN 11.000262

VITICULTURE INNOVATION

THE VARIABLE-RATE TECHNOLOGY TO IMPROVING THE DISTRIBUTION
OF ORGANIC FERTILIZER



Lorenzo Limonta

Milano, 16 dicembre 2019

LA SOSTENIBILITÀ DAL PUNTO DI VISTA DEI COLLABORATORI SUL POSTO DI LAVORO

La sostenibilità dell'uomo sul luogo di lavoro

La tua organizzazione non sarà mai più forte degli impiegati che ricerchi, selezioni e assumi e di quanto efficacemente essi vengono inizialmente addestrati e infine trattiene

PETER DRUCKER

Non avrete mai ottimi rapporti con i clienti finchè non avrete buoni rapporti con i dipendenti

WALT DISNEY

Essere umili con i superiori è un dovere.
Con i colleghi è una cortesia.
Con i subordinati è una nobiltà.

BENJAMIN FRANKLIN

Occorre proclamare e promuovere la dignità del lavoro, di ogni lavoro, e specialmente del lavoro agricolo

SAN GIOVANNI PAOLO II

Boston Consulting Group – Rainer Strack

JOB PREFERENCES OF 200,000 JOB SEEKERS



1. Appreciation for your work

2. Good relationship with colleagues

3. Good work-life balance

4. Good relationships with superior

⋮

8. Attractive fixed salary

⋮

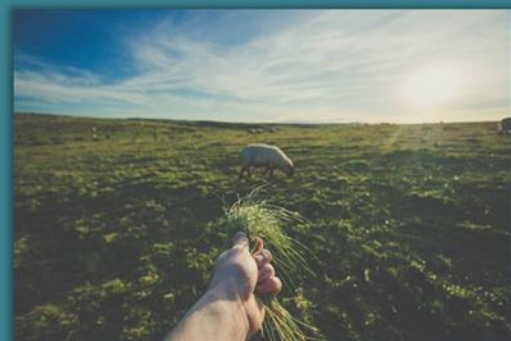


Employer Branding: Significato



EMPLOYER **BRAND**

E' l'immagine che un datore di lavoro offre di sè come realtà capace di creare delle ottime condizioni di lavoro



EMPLOYER **BRANDING**

Significa saper comunicare in modo da **attrarre** una persona all'interno della propria organizzazione lavorativa e con l'obiettivo di **mantenere** quelle già presenti



EMPLOYER **VALUE PROPOSITION**

Sono i **valori** che l'azienda desidera vengano **associati** a sè in quanto datore di lavoro

E tu sei un buon datore di lavoro?

PERCHE' UN EMPLOYER BRAND?

DIFFICOLTA' AD **ASSUMERE** NUOVE
RISORSE

DIFFICOLTA' A **MANTENERE** I
DIPENDENTI

SCARSA **REPUTAZIONE**

NECESSITA' DI **CREARE UN AMBIENTE** DI
LAVORO POSITIVO

ELEVATI **COSTI PER LE DIMISSIONI**

DIFFICOLTA' A **PIANIFICARE** LE RISORSE

CARENZA DI **PERSONALE**
SPECIALIZZATO

SCARSA **CAPACITA' DI**
COMUNICAZIONE ESTERNA

ELEVATI **COSTI DI ASSUNZIONE**

CONCORRENZA AGGRESSIVA

E tu che datore di lavoro vuoi diventare?

L'EMPLOYER BRANDING STRATEGIA PER IL SUCCESSO

MIGLIOR
REPUTAZIONE

MAGGIORE
PRODUTTIVITA'

MAGGIORE
COMPETITIVITA'

MINORE DIFFICOLTA'
NELLA RICERCA DI
PERSONALE

COMUNICAZIONE
EFFICACE

MINORI COSTI DI
GESTIONE DEL
PERSONALE

MINORE POSSIBILITA' DI
DIMISSIONI

AUMENTO
PROFITABILITA'

Employer Branding e Sostenibilità



Employer Branding e Sostenibilità



Obiettivo 8: Incentivare una crescita economica duratura, inclusiva e sostenibile, un'occupazione piena e produttiva ed un lavoro dignitoso per tutti

Più o meno la metà della popolazione mondiale vive ancora con l'equivalente di circa due dollari al giorno. In molti luoghi, avere un lavoro non garantisce la possibilità di sottrarsi alla povertà. Questo progresso lento e disuguale richiede di riconsiderare e riorganizzare le nostre politiche economiche e sociali tese all'eliminazione della povertà. Una prolungata mancanza di opportunità di lavoro dignitose, investimenti insufficienti e sottoconsumo portano a un'erosione del contratto sociale di base a fondamento delle società democratiche, secondo cui tutti dobbiamo contribuire al progresso. **La creazione di posti di lavoro di qualità resta una delle maggiori sfide per quasi tutte le economie, ben oltre il 2015.**

Una crescita economica e sostenibile richiederà alle società di creare condizioni che permettano alle persone di avere posti di lavoro di qualità, che stimolino le economie e al tempo stesso non danneggino l'ambiente. Inoltre, sono necessarie opportunità di lavoro e condizioni di lavoro dignitose per l'intera popolazione in età lavorativa.

La creazione di posti di lavoro di qualità resta una delle maggiori sfide per quasi tutte le economie, ben oltre il 2015.

Employer Branding e Sostenibilità

Degli Azzoni

DOMANDE RISPOSTE 23

Questionario Dipendenti Degli Azzoni

Descrizione modulo

Indirizzo email *

Indirizzo email valido

Questo modulo raccoglie gli indirizzi email. [Modifica impostazioni](#)

Quali sono, secondo te, i valori aziendali? *

Testo risposta lunga

Quanto ti senti in linea con i valori aziendali? *

Questionario Dipendenti Casa Paladin

Descrizione modulo

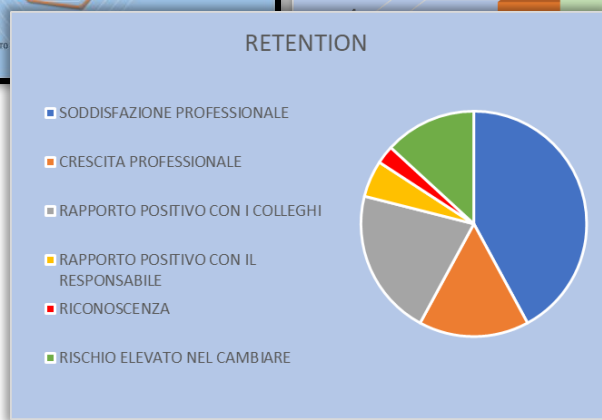
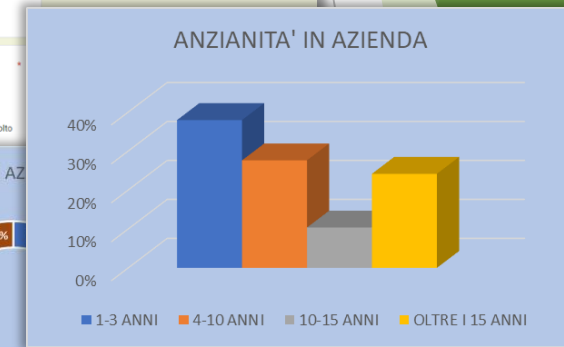
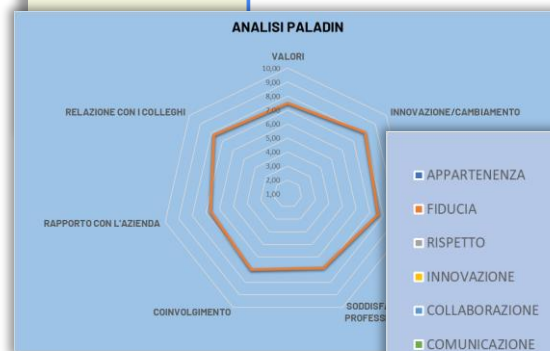
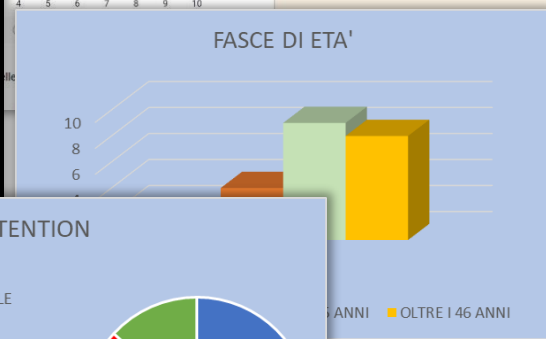
Indirizzo email *

Indirizzo email valido

Questo modulo raccoglie gli indirizzi email. [Modifica impostazioni](#)

Quali sono, secondo te, i valori aziendali? *

Testo risposta lunga



Employer Branding e Sostenibilità

Ci piace essere **LUNGIMIRANTI** e pensare a luoghi di lavoro dove le persone siano considerate prima di tutto esseri umani capaci di **CREARE** relazioni, valori e opportunità indipendentemente dalla loro posizione gerarchica, dalla loro anzianità lavorativa e dalle proprie capacità. In altre parole crediamo nella **SOSTENIBILITA'** dei dipendenti sul luogo di lavoro come forma di valorizzazione del lavoro



LIGHTHOUSE

EMPLOYER BRANDING & REPUTATION