



Talent at work

Azienda: Kelly Services S.p.A.

Testata: Il Sole 24 Ore

Tiratura: 450.000 copie

Data: Mercoledì 4 aprile 2007

Titolo: “Kelly Services.
La formazione è il nuovo mercato.”

“La ricca primavera delle agenzie del lavoro.
Più numerose le missioni che si convertano in posto
stabile.”

Fonte: Intervista 9/2007
“Risultati economici di Kelly Services del 2006 e linee di
sviluppo per il 2007.”

La formazione è il nuovo mercato

Qualità può voler dire molte cose per un'agenzia del lavoro. «Nel caso dei servizi offerti significa porsi come un vero e proprio consulente per la gestione delle risorse umane — dice Stefano Giorgetti, direttore generale di Kelly services — E poi investire nelle divisioni specializzate e nella formazione». Così oltre alle unità focalizzate nei profili finanziari, del mondo scientifico e dell'It, quest'anno se ne aggiungeranno altre tre: una che si occuperà di ricerca e selezione di ingegneri e profili tecnici, una specializzata nella moda, nella cosmetica e nel lusso e infine una nei professionisti legali e fiscali. Kelly ha chiuso il 2006 con 93 milioni di fatturato, in crescita del 19,4% rispetto al 2005. Attualmente ha 58 filiali. «Nel 2007, a giudicare dai segnali dei primi mesi, stiamo confermando la crescita del 2006 e apriremo sette nuove filiali. Potenzieremo le aree metropolitane, con una nuova apertura a Roma e due a Milano, e poi Pisa e Bologna». Nel 2007 gli investimenti della società saranno dedicati anche ad incrementare l'offerta nella ricerca e selezione, lanciata in tutta Europa con il brand Kelly selection; la filiale pilota dedicata esclusivamente a questo servizio è stata inaugurata a Bologna. Nella formazione Kelly, fino allo scorso anno si è occupata soltanto di quella finanziata attraverso il fondo Formatemp. Da quest'anno, invece, diventerà un'area di business.

Oltre a quella finanziata, infatti, la società ampliarà la gamma dell'offerta con soluzioni per lo sviluppo delle risorse umane delle aziende clienti attraverso corsi interaziendali a catalogo e percorsi costruiti sempre più in una logica di partnership con le aziende. «Il lancio di una divisione specializzata per noi significa perseguire ancora meglio la nostra mission ed essere riconosciute come azienda che offre innanzitutto qualità. Kms, Kelly management services, la società deputata alla formazione, verrà lanciata entro il mese di aprile — assicura Giorgetti — e avrà come elemento distintivo, nella parte più elevata, lo sport management».



Stefano Giorgetti, direttore generale di Kelly services