

Il lavoro

**Impiego di
Taro e Agenzia
Fornovo Taro**

16/06/2011: n. 2
socio sanitario.
dell'obbligo,
ente B, qualifica
OSS o OSA. Età
max 65. Tempo
lavoro: 36 ore
richiedente: Asp
Rossi Sidoli Compiano.
Sede: A. Compiano.

**Impiego di
Taro e Agenzia
Fornovo Taro.**

Selezione sui presenti del
16/06/2011: n. 1 operatore/ce
socio sanitario. Requisiti: scuola
dell'obbligo - possesso di patente
B - qualifica corso regionale OSS
o OSA. Età minima 18 anni - max
65. Tempo determinato 3 mesi
dal 01/07/2011 prorogabili.
Orario: 18 ore settimanali, a turni
articolati su 6 giorni. Ente
richiedente: Asp Cav. Marco
Rossi Sidoli Compiano. Sede
Lavoro: SAD di Fornovo.

**Centro per l'Impiego di
Borgo Val Di Taro e Agenzia
del Lavoro di Fornovo Taro**
Selezione sui presenti del

16/06/2011: n. 1 operatore/ce
socio sanitario. Requisiti: scuola
dell'obbligo- possesso di patente
B- qualifica corso regionale OSS
o OSA. Età minima 18 anni - max
65. Tempo determinato 3 mesi
dal 01/07/2011, prorogabili.
Orario: 24 ore settimanali, a turni
articolati su 6 giorni. Ente
richiedente: Asp Cav. Marco
Rossi Sidoli Compiano. Sede
Lavoro: SAD di Medesano
L'Ente si riserva di utilizzare la
graduatoria nei sei mesi
successivi alla sua pubblicazione

**Centro per l'Impiego di
Borgo Val Di Taro e Agenzia**

del Lavoro di Fornovo Taro

Selezione sui presenti del
16/06/2011: n. 1 operatore/ce
socio sanitario. Requisiti: scuola
dell'obbligo - possesso di patente
B - qualifica corso regionale OSS
o OSA. Età minima 18 anni - max
65. Tempo determinato 3 mesi
dal 01/07/2011 eventualmente
prorogabili. Orario lavoro 18 ore
settimanali, a turni articolati su
sei giorni. Ente richiedente: Asp
Cav. Marco Rossi Sidoli
Compiano. Sede Lavoro: centro
Diurno di Medesano. L'Ente si
riserva di utilizzare la graduatoria
nei sei mesi successivi alla sua
pubblicazione.

della crisi del
Coop Consuma-
moltiplicato gli
del potere d'ac-
cendendo a pieno la
e di cooperativa
e riuscendo a ga-
alimentari più
5% rispetto al
nte iniziative di
ne sono di as-
iginali e forte-
e, come lo sconto
na perso il lavoro
egrazione». Non
a dei consorzi di
eting e logistica
Centrale Adriati-
all'azione della
ano permesso di
ni operativi suf-
ar pesare la crisi
matori».
i dati del nostro
lude Coop Nor-
che la nostra di-
molto altro, oltre
otere d'acquisto:
milioni di euro di
nce, che permet-
ati 572.819 soci di
vita democratica
va. Poi la solida-
ni di euro che an-
o così duro, non
erso le comunità
o territorio e ver-
el mondo». ♦

GIA CONVEGNO DI CONFARTIGIANATO

**«Parma Couture»
presenta la sua rete**

Il tema delle «Reti di Imprese»
è stato al centro di un convegno
che si è svolto nella sede nazio-
nale di Confartigianato. All'e-
vento era presente anche una de-
legazione del Gruppo Imprese
Artigiane di Parma. L'idea di fon-
do è promuovere una rinnovata
cultura di aggregazione fra im-
prese per cogliere nuove oppor-
tunità di business ed accelerare
la competitività, superando così
i limiti dimensionali attraverso
sinergie di filiera.

I lavori sono iniziati con la
presentazione di dodici progetti
innovativi realizzati sul territo-
rio nazionale.

Uno dei progetti presentati è
stato quello del parmigiano
«Consorzio Parma Couture»,
consorzio di piccole e medie del
settore moda, attivo nella nostra
città da alcuni anni nella pro-
grammazione di attività di pro-
mozione internazionale dell'ab-
bigliamento, della pelletteria,
delle calzature e degli accessori



Parma Couture Luigi Eva.

moda. Il presidente del «Con-
sorzio Parma Couture», Luigi
Eva, ha presentato l'esperienza
di «Classe Ducale», il marchio
con cui il consorzio ha deciso di
affacciarsi sul mercato cinese
con sette imprese attive nel set-
tore «uomo», creando una col-
lezione coordinata «total look».

Iniziata in ottobre con la par-
tecipazione ad una sfilata orga-
nizzata dalla Regione Emilia Ro-
magna nell'ambito dell'Expo di
Shanghai, l'avventura cinese ha
già creato molto interesse ed si
sta lavorando per concretizzare
il progetto. ♦

CRM FIDELIZZAZIONE

**Il 22 in Olanda
una ricerca
di Buongiorno**

Quali sono i vantaggi derivanti
dalle campagne di mobile Crm
che gli operatori possono pro-
porre ai propri clienti? E quali
sono le tipologie di campagne
più efficaci nei mercati emer-
genti e in quelli maturi? Queste
alcune delle domande alle quali
risponde la ricerca «How to
identify, measure and leverage
loyalty in the Global market»
svolta dagli analisti di Analysys
Mason per conto di Buongiorno
che sarà presentata in esclusiva
al Telecom World Congress che
si terrà il 22 giugno ad Amster-
dam.

«Implementare una campa-
gna di loyalty è un investimento
considerevole, e Buongiorno
vuole aiutare gli operatori a
prendere decisioni efficaci»
commenta Pietro De Nardis,
Global Head of B2B di Buongior-
no. Buongiorno possiede tec-
nologie e know-how in grado di
migliorare in modo innovativo i
sistemi Crm degli operatori». ♦