

Capgemini Media Contacts:

Raffaella Poggio
Responsabile Marketing & Communication
raffaella.poggio@capgemini.com
+39 347 4271901

Imageware:

Stefano Bogani
Jessica Morante
capgemini@imageware.it
+39 02 700 251

#imiglioridavvero. Primo piano su un'Italia che cambia

Oltre 200 studenti incontrati nelle principali Università Italiane dove si insegnano Economia e Ingegneria, da Bari a Milano, da Torino a Roma. Oltre 200 storie di impegno e senso di responsabilità. Una fotografia appassionata dei sogni e delle speranze dei nostri giovani



Milano, 16 giugno 2014. Chi sono i giovani studenti oggi? Quali progetti, sogni e prospettive hanno? Come affrontano il futuro, in uno scenario così complesso come quello attuale? Per dare una risposta a queste domande, abbiamo dato il via a una ricerca che ha toccato i principali atenei italiani dove si insegnano Ingegneria ed Economia. Abbiamo girato il Paese incontrando studenti di ogni estrazione, tra cui numerosi stranieri, che ci hanno raccontato esperienze, progetti, sogni. Tutti, oltre 200, sono fotografati nell'indagine #imiglioridavvero, lanciata in questi giorni in rete.

"Non so se la mia carriera professionale sarà qui o all'estero ma sono sicuro che se vogliamo aiutare il nostro Paese a migliorare, dobbiamo avere un'esperienza che in questo momento l'Italia non ci permette di fare. Quindi sono pronto a partire per crescere professionalmente e ritornare per portare il nuovo qui".

Lui è Vincenzo Verrone, 25 anni, Ingegneria Informatica, Università degli Studi di Napoli "Federico II".

Talento per gli studi, impegno nel privato in attività sociali. Vincenzo è membro del BEST, Board of European Students of Technology, Associazione studentesca internazionale no profit, costituita da più di 94 gruppi locali sparsi in più di 32 Stati d'Europa.



Dalla indagine condotta, ovunque è emerso un profilo univoco. I giovani oggi sono persone che si appassionano di ciò che fanno e, anche se hanno paura del futuro, non perdono la speranza. Credono nell'impegno anche in un mondo che non dà loro nessun motivo per farlo. E se lasciano l'Italia non è per fuggire ma per ritornare con qualcosa da dare al loro Paese. Non si lamentano, vanno alla ricerca della migliore opportunità possibile. E guardano con fiducia al domani.

"Ogni anno assumiamo in media 350 persone delle quali il 70% è composto da neolaureati perché la nostra è un'azienda che considera le nuove generazioni linfa vitale. Li incontriamo nelle tradizionali fasi di intervista chiedendo loro del curriculum, delle votazioni, dei successi, esplorando il loro carattere e la loro personalità attraverso domande che hanno un contesto professionale. Questa volta abbiamo voluto affiancare una modalità nuova. Ci siamo chiesti se le aziende come la nostra, attive e impegnate nella responsabilità sociale, ascoltino a fondo i giovani e li conoscano in una congiuntura tanto complessa che comporta per loro molte più responsabilità di quelle che avevamo noi all'inizio della nostra carriera. Abbiamo voluto questa indagine per incontrare i ragazzi in luoghi a loro familiari, nel loro ambiente. Ascoltare i loro sogni e le loro speranze. Abbiamo trovato persone di talento, che seppur giovani sono già consapevoli, decise ma aperte alle opportunità, pronte a mettersi in gioco e ad assumersi le responsabilità. Primo piano su un'Italia che cambia racconta ragazzi che ci hanno commosso e appassionato", dichiara Maurizio Mondani Amministratore Delegato di Capgemini Italia.

La struttura de #imiglioridavvero

La campagna è digitale, ha una forte valenza emozionale e parte, dunque, dal mettere in evidenza i giovani e i loro valori. A ognuno di loro è stato fatto uno scatto fotografico, perché ogni volto potesse descrivere e trasmettere le emozioni che scaturivano parlando delle proprie aspettative e del futuro.

"#imiglioridavvero è una campagna dalla connotazione digitale perché nasce in contesti familiari ai giovani e si avvicina al loro linguaggio; al di là del mezzo utilizzato, questa iniziativa punta sulle emozioni e sulla spontaneità e si svolge soprattutto attraverso immagini, scatti fotografici fedeli dei volti dei ragazzi. Abbiamo scelto uno stile artistico in linea con la natura della campagna e ben identificabile, con immagini in bianco e nero perché sottolineano, esprimono e raccontano perfettamente i pensieri e le emozioni degli studenti incontrati", racconta Raffaella Poggio, Responsabile Marketing & Communication di Capgemini Italia. "Questa campagna di comunicazione vuole dare voce ai nostri giovani, e, di riflesso, alle persone che per Capgemini sono al centro della propria attività; siamo contenti che in questo tour nelle Università i

ragazzi siano usciti protagonisti e abbiano offerto aspetti della loro personalità che non sempre possono emergere durante un normale colloquio di lavoro”.

Durante il tour fotografico nelle Università gli studenti hanno raccontato le proprie esperienze, manifestato i loro desideri e condiviso le speranze che li stanno accompagnando in questo percorso di studi e di formazione. Per il tour fotografico è stata scelta Viola Cadice, artista e fotografa, anche per le sue competenze e la sua esperienza in ambito accademico.

“Un viaggio tra gli studenti emozionante e molto coinvolgente, giovani straordinari, intelligenti, capaci di stupire e di trasmettere tutto il loro talento, valori e sentimenti”, commenta Viola Cadice, autrice degli scatti della campagna #imiglioridavvero.

Il portale www.imiglioridavvero.it è affiancato dai canali social ufficiali di Capgemini Italia, [Facebook](#) e [Twitter](#), in cui saranno presentate le storie degli studenti attraverso le loro immagini e le loro testimonianze.

La campagna è stata ideata e realizzata dal team di digital communication di Imageware guidato da Paolo Spada.

Connettiti con Capgemini:



Capgemini

Con 130.000 dipendenti in 44 Paesi nel mondo, Capgemini è uno dei principali fornitori globali di servizi di consulenza, information technology e outsourcing. Nel 2013 il Gruppo Capgemini ha registrato ricavi per 10,1 miliardi di euro. Insieme con i propri clienti, Capgemini progetta e realizza soluzioni di business e tecnologiche che consentono di migliorare le performance e il posizionamento di mercato. L'organizzazione profondamente multi-culturale contraddistingue da sempre il Gruppo Capgemini, che utilizza un approccio di lavoro unico e distintivo - la Collaborative Business Experience™ – e un modello globale di produzione distribuita denominato Rightshore®. Capgemini Italia ad oggi conta su 2.700 professionisti dislocati in 11 sedi; l'offerta è orientata ai principali mercati: Financial Services, Energy & Utilities, Manufacturing, Automotive, Consumer Products, Retail & Distribution, Public Administration, Telecom Media & Entertainment. Oltre alla principale società operativa, appartengono a Capgemini Italia due società specializzate: Capgemini BST e Capgemini BS. Per maggiori dettagli: www.it.capgemini.com.

Rightshore® è un marchio appartenente a Capgemini