

03/07/2017

www.vanityfair.it

Online

<https://www.vanityfair.it/mybusiness/news-mybusiness/2017/07/03/trovare-lavoro-negli-usa>

The screenshot shows the Vanity Fair website interface. At the top, there's a navigation bar with the 'VANITY FAIR' logo and various category links like 'People', 'Beauty', 'Business', etc. Below the navigation bar, there's a featured article banner for 'GLOW' on Netflix with the text 'SENZA CONTRATTO DISDICI QUANDO VUOI'. Underneath, there are several smaller article thumbnails. The main article is titled 'Trovare lavoro negli Stati Uniti' by 'MARIO TARBUCCI' and dated '30.06.2017'. It features a large image of a woman in a white suit holding a blue folder, with an American flag in the background. Below the image, there's a sub-headline 'Come si trova lavoro negli Stati Uniti? I consigli di chi ce l'ha fatto, dal curriculum al colloquio' and a short introductory paragraph.

## Trovare lavoro negli Stati Uniti

*Come si trova lavoro negli Stati Uniti? I consigli di chi ce l'ha fatta, dal curriculum al colloquio*

Lavorare negli States è il sogno di molti, magari a **New York** o **Hollywood**. Il primo aspetto da tenere in considerazione -requisito fondamentale - è che bisogna ottenere un **visto**, sia per coloro che intendono recarsi **temporaneamente**, sia per coloro che desiderano stabilirsi in maniera **permanente**.

Per chi intende fare un'esperienza temporanea di lavoro è possibile, tramite il datore di lavoro, farsi dare un permesso temporaneo, che di solito ha la durata di 6 mesi. Per chi, invece, vuole trasferirsi definitivamente è necessaria una **Permanent Resident Card**, la famosa **Green Card**. Per ottenerla, a parte il ricongiungimento familiare, c'è una **lotteria**, che offre, ogni anno 55.000 nuovi ingressi (la domanda deve essere presentata tassativamente attraverso il sito [dvlottery.state.gov](http://dvlottery.state.gov), solitamente nel periodo ottobre-novembre). L'altro modo è attraverso la **richiesta del datore di lavoro americano** disposto ad avviare tutte le pratiche per l'immigrazione.

**ExportUSA**  
per vendere negli stati uniti

**Muriel Nussbaumer** è CEO di [ExportUSA](#), società di consulenza che aiuta le aziende e i professionisti italiani a entrare nel mercato americano. Prima di tutto questo occorre cercare lavoro e, anche negli States, **è indispensabile presentarsi alle società americane in modo corretto, a partire dal Curriculum Vitae**. C'è, infatti, una forte scrematura a monte: per questioni di visto, chi non ha un passaporto USA o non ha studiato in un ateneo locale di solito trova impiego solo se molto qualificato/a.

Primo passo: [scrivere bene il Curriculum Vitae in inglese](#). «È importante – dice Muriel Nussbaumer – usare sempre espressioni semplici, senza giri di parole. Sconsiglio l'uso della prima persona, perché viene ritenuto poco professionale. Un ultimo aspetto che tendiamo a sottovalutare è la **modalità di invio del Cv**. Le aziende americane sono molto attente alla forma e, quindi, iniziano a valutare il candidato già in questa prima fase, quando deve semplicemente seguire le indicazioni. Se si richiede invio via mail, quindi, inutile mandare un messaggio privato su LinkedIn. Viceversa, se si chiede di candidarsi direttamente online, nella sezione del sito dedicata, non è una buona idea telefonare», conclude Nussbaumer.

Anche **Andrea Fantozzi**, responsabile dell'Italian Team e partner della società di consulenza internazionale **Prager Metis Cpas, LLC** a New York ha cominciato come tutti: l'invio di un Cv e una fase di selezione culminata con l'assunzione e la richiesta per l'ottenimento del visto. «Il colloquio è il momento clou ed è importante arrivare preparati. Di fronte ai consigli consueti (non essere troppo timidi o troppo aggressivi, guardare sempre negli occhi, aspettare le domande, non distrarsi guardando il telefono, l'orologio o il tablet e dimostrarsi, sempre senza eccessi, entusiasti e curiosi), **bisogna dimostrare che si conosce bene l'azienda e la posizione per la quale ci si sta candidando**. I miei colleghi americani apprezzano davvero molto coloro che arrivano preparati, magari con una serie di domande non superficiali e scontate e/o con articoli di giornale o altro materiale relativo alla società o al mercato in cui opera».