

TGFIN

19/5/2008
www.tgfin.mediaset.com

Il lavoro ideale? In Intesa-S.Paolo

I neolaureati puntano anche Eni e Nokia

Cosa fare dopo la laurea, dove andare a lavorare? I neo-dottori italiani un'idea ce l'avrebbero: Intesa Sanpaolo, Eni e Nokia. Queste sono nell'ordine le tre aziende su cui puntano i lavoratori del domani. E' quanto emerge dall'annuale ricerca Recent Graduate Survey 2007 (RGS), commissionata da Cesop Communication a IpoStat, istituto di ricerca indipendente e che ha preso in esame 116 aziende.

La società più corteggiata (Best Employer of Choice) è il gruppo bancario Intesa SanPaolo. "La strategia di comunicazione intrapresa dall'azienda nel primo anno dalla fusione -ufficializzata a gennaio 2007- tra Banca Intesa e Sanpaolo Imi è stata efficace nel presentare la nuova realtà del credito. Inoltre Intesa-Sanpaolo ha stretto ancora di più il rapporto con le università per comunicare le proprie scelte aziendali e le prospettive lavorative", spiega Savio Zagaria, presidente di Cesop Communication.

Questo, prosegue, "naturalmente rafforza il messaggio al centro dell'ormai storica campagna di comunicazione che coinvolge insieme alla Gialappa's i veri impiegati del gruppo e che manda un segnale positivo di un ambiente di lavoro giovane, informale e vicino ai clienti". Dalla ricerca risulta che ad eleggere Intesa Sanpaolo miglior luogo di lavoro cui aspirare, sono in prevalenza le donne, neolaureate in facoltà economico statistiche delle regioni del Sud e delle isole. Ottimo anche il posizionamento di Eni che continua a rimanere nell'olimpo dei luoghi di lavoro più desiderati insieme a Nokia Siemens Network. "Eni, in particolare, è stata al primo posto per due anni consecutivi ed il risultato di quest'anno conferma comunque una buona performance - sottolinea Savio Zagaria - e questo probabilmente grazie al fatto di aver consolidato la propria immagine, rafforzando i rapporti con le università attraverso la società del gruppo, Eni Corporate University."

Coca Cola si posiziona al ventisettesimo posto della classifica e rappresenta un caso significativo: "Coca Cola - aggiunge Savio Zagaria - è ai primi posti come corporate brand perché è ben posizionato nella mente dei giovani, ma registra ancora un basso appeal come employer brand".

I neolaureati contattati sono coloro che hanno ottenuto il titolo nello stesso anno in cui la RGS viene somministrata, quindi la Recent Graduate Survey 2007 è basata sulle risposte di 2.500 neolaureati del 2007. Il campione è composto da neolaureati provenienti da tutta Italia, con una prevalenza di ragazzi residenti al Nord. Sono principalmente giovani, con meno di 26 anni, con tipologie di laurea sia del nuovo che del vecchio ordinamento.

Sulla base della rappresentatività del campione, le Facoltà numericamente emergenti sono quelle di tipo umanistico-giuridiche e tecnico-scientifiche, perché racchiudono un maggiore numero di corsi e quindi di laureati. La maggior parte (74%) dei neolaureati contattati vive ancora con la propria famiglia di origine. E' da segnalare, in particolare, una presenza rilevante (30%) dei cosiddetti "neolaureati di eccellenza", ossia giovani con meno di 26 anni che hanno brillantemente concluso il proprio percorso universitario, ottenendo un punteggio pari o superiore a 105. Il 30% circa dei neolaureati del campione afferma di non essere intenzionato a proseguire gli studi. La lingua inglese è conosciuta quasi da tutti, ma solo il 26% sostiene di conoscerla a un livello elevato.