

## IL POSTO DI LAVORO IDEALE ? PER I NEOLAUREATI È IN INTESA SANPAOLO

Scritto da Raffaella Giuri

Milano, 20 maggio 2008 - E' il Gruppo Intesa Sanpaolo di Corrado Passera ad aggiudicarsi il vertice della classifica dei luoghi di lavoro più ambiti dai neolaureati italiani. Sul podio salgono anche Eni, che guadagna l'argento del secondo posto e Nokia Siemens Network con il bronzo del terzo posto. Sono questi i primi risultati dell'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 ricerca RGS analizza, ogni anno dal 2002, le opinioni dei neolaureati sul mercato del lavoro, le loro preferenze e gli obiettivi nei confronti delle aziende. I dati raccolti, quindi, costituiscono un osservatorio statistico permanente sull'evoluzione delle opinioni e sull'immagine delle aziende (sito internet: [www.surveyrqs.it](http://www.surveyrqs.it)).

Tra i suoi obiettivi la ricerca RGS analizza il gradimento dell'azienda come luogo di lavoro (Best Employer of Choice) ossia in quale azienda vorrebbero andare a lavorare i neolaureati.

Best Employer of Choice è risultata 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 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".

Sul versante socio-economico, la RGS è uno studio approfondito circa le opinioni, gli atteggiamenti e le preferenze dei neolaureati su tre ambiti specifici: il percorso universitario effettuato, il mercato del lavoro ed i principali mezzi di comunicazione legati alle proposte di lavoro.

La RGS è statisticamente attendibile perché il campione è rappresentativo della situazione nazionale; esso, infatti, ridisegna su 2.500 casi le distribuzioni di tutti i neolaureati italiani per sesso, area geografica e tipologia di laurea, rispettando le proporzioni espresse nei dati ufficiali del Ministero dell'Università e della Ricerca. Il campione, quindi, riproduce un'immagine ridotta ma fedele della popolazione d'origine. L'attendibilità della RGS è inoltre rafforzata dal fatto di essere effettuata con la somministrazione dei questionari face to face ed è l'unica rilevazione ad avere questo tipo di modalità. La prima rilevazione si è svolta nel 2002; da allora viene effettuata annualmente e ciò garantisce la possibilità di seguire lo sviluppo storico delle opinioni dei laureati italiani circa il mondo del lavoro, creando un'osservatorio stabile sul fenomeno.

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.

Cesop Communication S.r.l., è una società di consulenza nel settore delle risorse umane fondata nel 1990 che affianca molte delle più prestigiose aziende italiane e internazionali nello sviluppo di strategie di Employer Branding.

L'Employer Branding parte dal principio che le risorse umane siano per le aziende il capitale più importante ai fini della competitività e che per raggiungere i migliori talenti sia necessario mettere in atto una vera e propria strategia di comunicazione. L'Employer Branding, quindi, è quell'insieme di attività finalizzate a sviluppare un'immagine aziendale, coerente con la sua identità, per attrarre, reclutare e infine trattenerne i migliori talenti. Si tratta di una comunicazione interna, nei confronti di coloro che sono già dipendenti per generare senso di appartenenza e di una comunicazione esterna rivolta ai potenziali dipendenti.

Best Employer of Choice 2007

Posizione Azienda % Dati espansi all'intera popolazione

Comparazione

2007 - 06 Posizione 2006 Posizione 2005

1 Intesa Sanpaolo 5,263 15858 ---  
 2 ENI 5,182 15614 1 1  
 3 Nokia Siemens Network 4,211 12686 ---  
 4 Microsoft 3,887 11710 10 9  
 5 Barilla 3,401 10247 4 7  
 6 Mondadori 3,158 9515 ---  
 7 BNL - Gruppo BNP Paribas 3,077 9271 17 10  
 8 Ferrari 2,915 8783 3 4  
 9 Bayer 2,834 8539 2 3  
 10 Unicredit 2,753 8295 19 13  
 11 Apple 2,672 8051 ---  
 12 Enel 2,105 6343 18 16  
 12 L'Oreal 2,105 6343 7 2  
 13 Fiat Group 1,862 5611 8 14  
 13 Mediaset 1,862 5611 12 22  
 13 Rai 1,862 5611 5 29  
 14 Accenture 1,781 5367 11 8  
 15 HP 1,538 4635 31 22  
 15 Poste Italiane 1,538 4635 14 16  
 15 Procter & Gamble 1,538 4635 18 13  
 16 Ikea 1,377 4147 9 19  
 17 Editoriale l'Espresso 1,296 3903 ---  
 17 Ferrero 1,296 3903 ---  
 17 Novartis 1,296 3903 24 30  
 17 Sky 1,296 3903 18 27  
 18 Ferrovie dello Stato 1,215 3659 7 5  
 19 Telecom Italia 1,134 3416 17 18  
 20 GlaxoSmithKline 1,053 3172 27 18  
 20 Il Sole 24 Ore 1,053 3172 ---  
 20 Intel 1,053 3172 ---  
 20 Johnson & Johnson 1,053 3172 27 34  
 21 Finmeccanica 0,972 2928 ---  
 21 Sony Ericsson 0,972 2928 ---  
 22 Deutsche Bank 0,891 2684 20 32  
 22 Gruppo Generali 0,891 2684 23 25  
 22 McKinsey & Company 0,891 2684 20 26  
 22 Roche 0,891 2684 18 26  
 22 Unilever 0,891 2684 17 17  
 23 Acer 0,810 2440 ---  
 23 Adecco 0,810 2440 ---  
 23 Coop 0,810 2440 14 24  
 23 Ernst & Young 0,810 2440 21 33  
 23 Pirelli & C. 0,810 2440 20 23  
 24 Altran 0,729 2196 29 21  
 24 Borsa Italiana 0,729 2196 ---  
 24 Cisco Systems 0,729 2196 ---  
 24 Granarolo 0,729 2196 ---  
 24 Merck 0,729 2196 34 43  
 24 Pfizer 0,729 2196 23 33  
 25 Angelini Farmaceutici 0,648 1952 25 32  
 25 Antonveneta 0,648 1952 ---  
 25 Vodafone 0,648 1952 16 13  
 26 Jp Morgan 0,567 1708 ---  
 26 Rcs 0,567 1708 ---  
 26 Sun Microsystems 0,567 1708 26 35  
 27 Coca Cola 0,486 1464 23 33  
 27 Esselunga 0,486 1464 32 40  
 27 IBM 0,486 1464 6 11  
 27 KPMG 0,486 1464 27 34  
 27 Luxottica 0,486 1464 ---  
 27 Manpower 0,486 1464 ---  
 28 Decathlon 0,405 1220 30 40  
 28 Eli Lilly 0,405 1220 32 39  
 28 Indesit Company 0,405 1220 31 43  
 28 Morgan Stanley 0,405 1220 ---  
 28 Nestlé 0,405 1220 28 31  
 29 Alstom 0,324 976 ---  
 29 Auchan 0,324 976 29 38  
 29 Banca Mediolanum 0,324 976 33 -  
 29 Bracco 0,324 976 ---  
 29 Capitalia 0,324 976 26 31  
 29 Citigroup 0,324 976 ---  
 29 Kraft Foods 0,324 976 34 41  
 29 La Rinascente 0,324 976 22 35  
 29 PricewaterhouseCoopers 0,324 976 26 33

29 Ras 0,324 976 30 32  
29 SAP 0,324 976 ---  
29 Volkswagen 0,324 976 ---  
30 AstraZeneca 0,243 732 ---  
30 Bosch 0,243 732 ---  
30 British Telecom 0,243 732 ---  
30 Gruppo Carrefour Italia 0,243 732 28 28  
30 Credem 0,243 732 27 38  
30 Dell 0,243 732 ---  
30 Deloitte 0,243 732 32 38  
30 Philips 0,243 732 ---  
30 Randstad 0,243 732 29 -  
31 Conad 0,162 488 34 42  
31 Electrolux 0,162 488 ---  
31 Fater 0,162 488 30 41  
31 General Motors 0,162 488 ---  
31 Leroy Merlin 0,162 488 ---  
31 Lidl 0,162 488 32 41  
31 Merrill Lynch 0,162 488 ---  
32 Alcatel Lucent 0,081 244 ---  
32 Bpu Banca 0,081 244 ---  
32 Bristol Myers Squibb 0,081 244 30 43  
32 Fastweb 0,081 244 30 39  
32 Gruppo Zurich Italia 0,081 244 ---  
32 Kimberly Clark 0,081 244 ---  
32 Seat Pagine Gialle 0,081 244 ---  
32 Shell 0,081 244 ---  
32 Wind 0,081 244 34 29 100 301298  
Fonte: Cesop Communication [www.surveyrqs.it](http://www.surveyrqs.it)