



Un'indagine fotografa i **sogni** dei **neolaureati** italiani: in cima ai loro desideri la possibilità di lavorare nel colosso energetico **Eni**. Grande apprezzamento anche per la francese **L'Oréal**, la multinazionale farmaceutica **Bayer** e le italiane **Ferrari** e **Ferrovie dello Stato**. Diminuisce l'appeal della **Barilla**.

Stregati da un'azienda

di Anna Maria Selini

I ragazzi scommettono sul consumo energetico, le ragazze su quello estetico. Tutti subiscono il fascino di casa Ferrari, ma aumenta il numero di chi continuerebbe il proprio "viaggio" affidandosi alle Ferrovie statali. Non si tratta di capricci, mode o frivolezze, ma bensì delle preferenze e degli obiettivi di carriera dei giovani neolaureati italiani, secondo quanto risulta dal "Recent Graduates Survey 2005", una ricerca effettuata su 2500 neodottori dall'istituto IpoStat per la società di comunicazione Cesop.

Le prime cinque aziende dove i giovani freschi di laurea e prima ancora di chiudere i sogni nel cassetto, preferirebbero lavorare sono rispettivamente: **Eni**, **L'Oréal**, **Bayer**, **Ferrari** e **Ferrovie dello Stato**. Mentre le società da loro considerate maggiormente conosciute e con un'immagine più vincente sono: **Fer-**

rari, **Microsoft**, **Coca Cola**, **Vodafone** e **Nokia**.

Entrambe le rilevazioni sono state condotte nel corso del 2005, su un campione di 2500 neolaureati rappresentativo per età, materia di laurea, sesso e area geografica. I ragazzi hanno risposto a dei questionari distribuiti nel corso dei "Jobmeeting", manifestazioni che si tengono ogni anno in diverse città d'Italia, durante le quali le aziende e alcune università sono a disposizione dei neolaureati per offrire loro stage, master e opportunità professionali.

Confrontando i dati con quelli emersi nella medesima ricerca nel 2004, il gruppo Eni si mantiene saldamente al primo posto, mentre l'azienda agroalimentare della famiglia Barilla scende dalla seconda alla settima posizione. In calo anche Fiat, Unicredit, Vodafone, Microsoft e Telecom Italia, mentre Ferrovie dello

Pier Luigi Renzi, responsabile delle risorse umane di Eni Corporate

“Il nostro punto di forza? Puntare sulla formazione”

Nell'ultimo triennio Eni ha assunto circa 1.500 laureati con un'età media di 27 anni (e per il 2006 sono previsti altri 250 contratti). Il 70% dei neoassunti proviene da facoltà ingegneristiche, il 22% economiche, il 7% scientifiche e il 3% umanistiche. Ad operare in Eni sono soprattutto uomini (75%), ma le donne, in particolare nel personale qualificato e nei quadri dirigenti, risultano in continua crescita (25%). Abbiamo intervistato Pier Luigi Renzi, responsabile delle risorse umane di Eni Corporate.



Il palazzo Eni all'Eur

Dottor Renzi, per il secondo anno consecutivo Eni è risultata al primo posto tra le aziende preferite dai neolaureati italiani. Secondo lei perché?

Da alcune indagini effettuate al nostro interno risulta che in generale i laureati aspirano a lavorare con noi soprattutto per la solidità e la continuità del gruppo. Mentre ad attrarre i giovani ingegneri è la possibilità di approfondire gli aspetti tecnici più importanti che solo in aziende come la nostra si possono sviluppare. Inoltre, sono apprezzate le prospettive future e la possibilità di fare esperienze internazionali.

Cosa si intende in Eni per “ciclo della conoscenza”?

La formazione è per noi una tradizione importante e non si limita all'assunzione, ma a tutto l'arco della vita professionale. Quando un giovane inizia a lavorare con noi non è an-

cora stato deciso se avrà un ruolo tecnico o manageriale. Per i primi 3 anni infatti, seguirà un percorso che gli permetterà sia di orientarsi al meglio in Eni, sia di sviluppare le proprie capacità e permetterci poi di decidere quale ruolo affidargli.

Quali sono i requisiti che cercate nei giovani?

Diciamo che, dando per scontato una buona preparazione universitaria, quel che più ci interessa è la capacità della persona di integrarsi e di relazionarsi all'interno del gruppo. Per questo è senza dubbio necessaria una visione positiva e ottimistica.

Qual è l'iter per entrare in Eni?

Sul nostro sito, al link “Eni Corporate University” (la società del gruppo che si occupa di selezione, formazione e rapporti con le università, ndr), si trova una

banca dati dove ognuno può inserire il proprio curriculum. Da qui selezioniamo la quasi totalità dei candidati, al fine di evitare gap generazionali e per rispondere a specifiche esigenze aziendali.

Secondo la sua esperienza, qual è la più grande “carenza” nei neolaureati italiani?

Talvolta, a fronte di una grande capacità tecnica, riscontriamo una grande difficoltà a manifestare senso di responsabilità e realismo. Una visione troppo edulcorata della vita, a tratti un eccesso di ambizione che all'inizio appare immotivato. Caratteristiche che a parità d'età, i laureati stranieri presentano in misura minore, apprendoci per questo forse più maturi.

La Ferrari rappresenta il top per i laureati in Ingegneria, Scienze ed Economia

L'intramontabile fascino della Rossa

Sognano le curve della “Rossa” più amata d'Italia, i laureandi di Ingegneria, Scienze ed Economia. Secondo la Universum Graduate Survey 2006 – una ricerca realizzata su un campione di oltre 4700 universitari italiani dall'Universum Communications di Stoccolma – la casa di Maranello si conferma per



il terzo anno consecutivo al vertice della graduatoria delle aziende più ambite dagli studenti dell'area scientifica e business.

Tra gli iscritti a Ingegneria e Scienze e a quelli di Economia, la Ferrari si aggiudica rispettivamente il primo e secondo posto come luogo di lavoro ideale. I criteri di scelta sono l'offerta di incarichi stimolanti, le opportunità di carriera internazionale, l'apertura al dialogo con il dipendente, il maggior equilibrio tra sfera professionale e privata e i livelli retributivi.

Ad attirare i giovani – al di là dei successi commerciali e sportivi del Cavallino – è la filosofia aziendale nei confronti dei dipendenti, che oggi ammontano a 2800, hanno un'età media di 37 anni, e per il 51% nel settore impiegatizio sono laureati. Per loro Ferrari prevede la cosiddetta “Formula Uomo”, cioè diverse iniziative dedicate alla formazione, ma anche al benessere, alla prevenzione e alla cultura. E quindi corsi per promuovere lo sviluppo professionale e le capacità di innovazione, ma anche visite specialistiche nel centro benessere dell'azienda, check-up annuali, fitness con personal trainer in palestre convenzionate e misure per i figli dei dipendenti. E infine collaborazioni con scuole di management e università italiane e straniere, con la possibilità di stage, borse di studio, scambi culturali e soprattutto esperienze lavorative per i giovani neolaureati.

Stato e Banca Intesa, in un anno guadagnano rispettivamente 10 e 8 posizioni, collocandosi al quinto e all'ottavo posto.

La ricerca ha indagato anche tra i motivi delle scelte dei neolaureati e il più importante è stato quello della coerenza del posto di lavoro con gli studi svolti (28,5% del campione). In questo senso le preferenze sono andate a Eni, Ferrovie dello Stato, Bayer e Microsoft. Per il 19,2% dei laureati, invece, conta di più l'immagine vincente che l'azienda sa trasmettere di sé ed è qui che la Ferrari svetta su tutte.

Nella percezione, soprattutto delle donne, conta un ambiente di lavoro stimolante (15%), mentre la possibilità di far carriera per gli under 26 rappresenta in assoluto il primo motivo di scelta. Infine, per tutti sono motivi “interessanti” la retribuzione e la solidità dell'azienda. Insomma, sognatori sì, ma anche concreti. ■