



ItalyBanner Notizie

**Neolaureati**

Migliaia di occasioni per cambiare. Trova quella giusta con InfoJobs.

**Neo laureato?**

Incontra le aziende che assumono in una giornata dedicata a te

Annunci Google

[ [INDICE NEWS](#) ]

**COMUNICATO STAMPA****Il posto di lavoro ideale? per i neolaureati e' in Intesa San Paolo**

*Indagine annuale di Cesop Communication sulla percezione del mondo del lavoro dei neolaureati.*

22/05/08 - 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.surveyrsgs.it](http://www.surveyrsgs.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'olimpico 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 perchè 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, perchè 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 trattenere 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.

Contatti:

Raffaella Giuri  
Ufficio Stampa Cesop Communication  
e-mail: ufficiostampa@cesop.it  
cell.: +39 347 1733892  
tel.: 02 72023011

**Link: [Recent Graduate Survey 2007](#)**