

L'Oréal batte Ferrari nei sogni dei neolaureati

NICOLA BRILLO

I neolaureati preferiscono L'Oreal. E in subordine Eni e Bayer. Per i *top graduates* italiani, giovani neolaureati con ottima votazione finale, nella scelta per il lavoro ideale conta molto quello che apprendono durante gli studi e l'attrazione che il brand aziendale riesce a trasmettere. A contare meno sono l'opportunità di carriera (5,3%), la stabilità (1,3%) e la storia aziendale (1,3%). Sono questi i risultati dell'ultima indagine sui talenti commissionata da Cesop Communication, società attiva nel settore dei servizi di comunicazione aziendale per il *recruitment* di neolaureati e giovani professionisti. Tra le aziende con più appeal ci sono anche Ibm, Barilla, Microsoft, Sanpaolo Imi, Procter & Gamble, Ferrari e Ikea. In relazione alla tipologia di lavoro e futuro professionale le caratteristiche più ricorrenti che configurano l'azienda come più desiderata sono imputabili all'ambiente di lavoro stimolante (29,7%), opportunità di carriera (19,7%), elevato sviluppo professionale (17,5%), retribuzione elevata (16,6%), dinamicità aziendale (16,6%). I canali formativi per i neolaureati sono Internet, fiere del lavoro e mate-

IL POSTO PREFERITO

	Aziende	Voto in %
1	L'ORÉAL	14,70
2	GRUPPO ENI	12,87
3	BAYER	11,90
4	IBM	8,14
5	BARILLA	6,64

Fonte: Cesop Communication

riale promozionale dell'azienda. Ma non è sempre andata così. In passato i neolaureati nel loro approccio alla ricerca del lavoro erano quasi unicamente condizionati dalla conoscenza dell'azienda trasmessa dalla percezione dei loro vicini, intesi come i docenti, i loro amici studenti: il classico passaparola in altri termini. Nella scelta contavano dunque parametri come la retribuzione, le chance di crescita e il grado di interesse del lavoro. Questo modello è ormai quasi completamente tramontato. Ma non tramonta invece il mito di un posto alle Poste Italiane, al ventesimo posto della classifica con lo 0,71 per cento del gradimento. Un must che resiste negli anni.