

/



La nuvola del lavoro

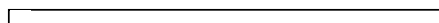
di Corriere - @Corriereit

L'importanza del placement nella transizione studio-lavoro

8 NOVEMBRE 2017 | di La Redazione



Il tempo stimato per la lettura di questo post è di 7 minuti.



di Rita Maria Stanca

Quali sono i requisiti più richiesti in un cv dalle aziende? I selezionatori sbirciano i profili social dei candidati? In un laureato conta di più la competenza o la motivazione che spinge a proporsi per una posizione lavorativa?

A questi quesiti hanno risposto oltre **300 realtà imprenditoriali italiane** che hanno completato, tra luglio- ottobre 2017, l'indagine "**Il Fattore Umano: competenze, soft skills, occupazione**" promossa dalla **Fondazione Emblema** e presentata nel corso della sessione plenaria della **Borsa del Placement** 2017, svoltasi a Napoli dal 7 al 9 novembre.

Fondazione Emblema nasce a Bologna con un'idea precisa: **riuscire a far dialogare le università e le imprese** sui temi dell'orientamento al lavoro dei giovani candidati e del trasferimento tecnologico e la Borsa del Placement è l'unico evento in Italia che **fa incontrare gli uffici placement delle università con i responsabili delle risorse umane**.

«Nessuna intermediazione, nessun indirizzo dato da noi – spiega Tommaso Aiello, direttore generale di Fondazione Emblema – **università ed imprese si incontrano e si confrontano** per poi decidere con chi vogliono collaborare per l'anno successivo. L'esigenza a cui si cerca di rispondere – prosegue – è quella di far lavorare insieme questi due mondi per far sì che l'offerta lavorativa (e, quindi, le competenze dei laureati) siano allineati con i profili ricercati dalle imprese. Questa attività diventa sempre più cruciale in una fase storica in cui i "lavori" cambiano velocemente».

Salta subito all'occhio il campione preso in considerazione per il sondaggio. C'è una novità sensibile rispetto ad altre indagini condotte in Italia. La scelta precisa è di avere una distribuzione nelle dimensioni delle aziende che sia in linea con le statistiche Istat sugli occupati. « In Italia abbiamo un **tessuto economico composto principalmente da micro imprese** – afferma Aiello – il 47% di quelli che hanno compilato l'indagine non sono selezionatori professionisti, ma persone che, nella loro piccola realtà, fanno selezione quando serve».

In altre parole, il quadro di riferimento è meno professionale di una survey fatta solo a recruiter, ma molto più realistica in riferimento al contesto nazionale. Mentre il target di riferimento sono laureati e laureandi alla prima esperienza lavorativa.

Il 46% delle micro imprese intervistate non ha alcuna relazione con gli uffici placement e li ritiene in generale poco utili. **Quasi il 75% delle aziende utilizza LinkedIn come strumento di selezione**. Da questi dati, scaturisce l'importanza che i social network rivestono nella ricerca di personale e curare la propria web reputation diventa quindi fondamentale per chi cerca lavoro. Alla ricezione di un cv infatti, circa **l'80% degli intervistati ammette di sbirciare il profilo social del candidato** e di aver cambiato idea dopo averlo consultato. Gli aggiornamenti di stato e le interazioni con gli amici, oltre alle news di cronaca danno molto spesso un'immagine diversa, e peggiorativa, rispetto a quella emersa dal cv.

Nella valutazione di un candidato, gli intervistati danno grande importanza alle esperienze di vita (vedi le esperienze lavorative occasionali) incluse quelle all'estero, al di là della competenza linguistica in sé.

In un processo di selezione, a fare la differenza è la motivazione e le **soft skills, o competenze trasversali, hanno un peso sempre più**

crescente per le imprese alla ricerca di nuovi talenti da assumere.

I risultati dell'indagine evidenziano la mancanza di orientamento al lavoro dei giovani neolaureati.

Manca la consapevolezza su come approcciare il mondo del lavoro, sull'importanza dei social per la ricerca (attiva e passiva) di lavoro e sul peso fondamentale che hanno le softskills per fare la differenza in un processo di selezione. Ecco, allora, che **risulta centrale il ruolo del placement universitario**, non tanto per mettere in contatto giovani e imprese (il "collocamento" in senso letterale), quanto per preparare i ragazzi ad approcciare in maniera efficace il mondo del lavoro.

Tra gli obiettivi futuri di Fondazione Emblema c'è quello di far comprendere l'importanza del placement a coloro che si occupano della transizione studio-lavoro dei giovani. «Siamo molto lontani dal raggiungerlo – precisa Aiello – perché **a livello di sistema, manca un'idea chiara di cosa debba essere il placement**, non vi è alcun raccordo tra i vari step della formazione, non ci sono investimenti reali da parte di istituzioni e università».

Un placement efficace e diffuso, che punti molto sull'orientamento dei ragazzi più che sul mero collocamento, significherebbe avere giovani più motivati e consapevoli nella scelta degli studi, più **laureati e con migliore "occupabilità"**, meno dispersione e abbandoni, più competitività delle imprese che potrebbero contare su maggiori risorse umane qualificate. «E' certamente complicato – conclude Aiello – ma noi stiamo cercando di dare il nostro contributo, per quanto siano ancora troppo pochi gli interlocutori realmente attenti a questa tematica».

Articoli correlati:

- [Le grandi marche cercano talenti ma non li trovano](#)
- [Università e curriculum, partiamo dal buono che c'è](#)
- [Lo spin-off che valuta i candidati con i videogiochi](#)
- [Stipendio e ambizione: così gli italiani scelgono il lavoro](#)
- [IRoad: la strada per il lavoro](#)

Tag: [Borsa del placement](#), [Fondazione Emblema](#), [giovani](#), [Job recruiting](#), [lavoro](#), [soft skills](#)

CONTRIBUTI  NAN

PARTECIPA ALLA DISCUSSIONE

Scrivi qui il tuo commento

 INVIA

[Post precedenti](#)