

## COMUNICATO STAMPA

Indagine annuale di Cesop Communication sui neolaureati e il mondo del lavoro

### I NEOLAUREATI VORREBBERO INTESA

**Intesa Sanpaolo** è l'azienda più ambita.

Al secondo posto **Eni** e al terzo **Bayer**. Quarta **Fiat Group**.

Quinti a pari merito **Ferrari**, **Apple** e **Microsoft**.

Milano, 9 marzo 2009 - Il Gruppo Intesa Sanpaolo è considerato il luogo di lavoro più ambito dai neolaureati italiani. Al secondo posto si conferma Eni e al terzo arriva Bayer dopo aver scalato diverse posizioni. Quarta Fiat Group. Si dividono il quinto posto Ferrari, Apple e Microsoft.

Sono questi i primi risultati dell'annuale ricerca Recent Graduate Survey 2008 (RGS), commissionata da Cesop Communication a IpoStat, istituto di ricerca indipendente.

Sono state prese in esame 119 aziende tra le principali realtà imprenditoriali operanti in Italia nei settori industriale manifatturiero, finanziario, grande distribuzione, media e comunicazione, beni di largo consumo, consulenza e servizi alle imprese, chimico farmaceutico e IT.

La ricerca RGS analizza, ogni anno dal 2003, 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.surveyrgs.it](http://www.surveyrgs.it)).

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

Best Employer of Choice 2008 è risultata per il secondo anno consecutivo Intesa Sanpaolo. *"Questo risultato conferma che il percorso intrapreso anche attraverso gli investimenti in attività di Employer Branding è stato premiato."* – spiega Savio Zagaria, presidente di Cesop Communication.

Ottimo l'apprezzamento anche per Eni che difende la posizione: è infatti di nuovo suo il secondo posto. Si segnala poi Bayer che risale di ben sei posizioni la classifica e si aggiudica il terzo gradino del podio. Eccellente performance per Fiat Group in risalita poderosa di nove posizioni fino al quarto posto e infine un *ex aequo* per il quinto posto che si dividono rispettivamente tre grandi brand come Ferrari, Apple e Microsoft.



**cesop**  
communication

La ricerca ha, inoltre, delineato il profilo dei laureati del 2008: hanno ottenuto il titolo mediamente a 25 anni e con voti piuttosto alti, infatti la metà di loro (il 49,9%) ha avuto voti superiori a 105. Sono i laureati della generazione Y, quelli nati dopo il 1980, e per loro Internet (37,8%) è la prima fonte di informazione per trovare lavoro e notizie sulle aziende, mentre al secondo posto preferiscono le fiere del lavoro (26,6%). Interessante anche il dato sulle aspettative retributive che mediamente si attestano intorno ai 1.254 euro netti al mese: il salario d'ingresso atteso, in particolare, è maggiore al Sud che nelle altre zone d'Italia, per i maschi rispetto alle femmine e per le lauree tecniche rispetto a quelle economiche e umanistiche.

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. I neolaureati contattati sono coloro che hanno ottenuto il titolo nello stesso anno in cui la RGS viene somministrata, quindi la Recent Graduate Survey 2008 è basata sulle risposte di 2.500 neolaureati del 2008.

*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. Più in particolare, le attività di comunicazione sono di 2 tipi: interna, volta a generare senso di appartenenza e sviluppata nei confronti di coloro che sono già dipendenti, ed esterna, cioè rivolta ai potenziali dipendenti.*

Contatti:

Raffaella Giuri

Ufficio Stampa Cesop Communication

e-mail: [ufficiostampa@cesop.it](mailto:ufficiostampa@cesop.it)

[r.giuri@cesop.it](mailto:r.giuri@cesop.it)

cell.: +39 347 17.33.892

tel.: +39 02 72.02.30.11

[www.surveyr.gs.it](http://www.surveyr.gs.it)

**Bologna**

Via San Felice, 13  
40122 - Bologna  
tel +39 051 272 441  
fax +39 051 272 265

**Milano**

Via Palermo, 5  
20121 - Milano  
tel +39 02 72023011  
fax +39 02 79095576

**Cesop Communication s.r.l.**

[www.cesop.it](http://www.cesop.it)

N° Iscriz. Reg. Imprese  
P.IVA/C.F.: 02198881209  
Cap. Soc. € 62.067,00 i.v.