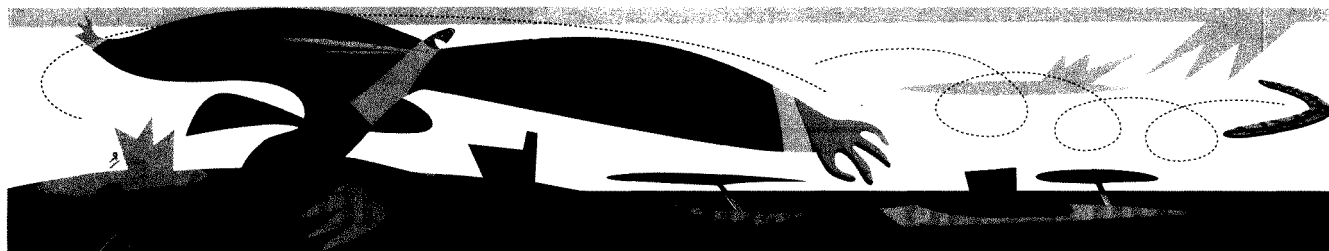


Inchiesta Il lavoro globale

All'estero per selezionare i talenti

Aumentano i progetti di recruiting delle aziende italiane con le università straniere

PAGINE A CURA DI
Antonietta Demurtas

«In questo periodo di crisi, bisogna tagliare i costi ma non rinunciare al talento, al personale». Perché «quando ci sarà la ripresa economica serviranno dipendenti validi e motivati, ed è ora il momento di reclutarli». Parola di esperto. Parola di Richard Mosley. Ospite della terza edizione della Borsa internazionale del Placement (Bip) che anche quest'anno si è svolta a fine settembre a Cernobbio, il guru dell'employer branding e direttore generale di People Business, dalla teoria alla pratica in Italia ha già degli estimatori. Non a caso tra i 350 delegati delle 70 aziende presenti e delle 80 università l'interesse comune è stato appunto la ricerca di una canale semplificato di scambio e interazione, con l'obiettivo di serrare le fila in previsione della ripresa.

«Oggi più che mai - spiega Tommaso Aiello ceo di Emblemata, la società che organizza il forum di Cernobbio - servono i contatti con le università dove si produce, se un'azienda ha stabilimenti in Polonia o a Shandong ma non conosce gli atenei di quei posti avrà sempre problemi a reclutare il management. Nonostante ciò sono pochi quelli che vanno in loco per stringere partnership accademiche. Ecco perché li abbiamo fatti incontrare a Cernobbio, a costo zero». Per la prima volta infatti sono state coinvolte università provenienti dalla Russia, dal Brasile, dal Marocco, dal Cile, dalla Turchia, dalla Algeria e dalla Polonia, si tratta «di paesi in via di sviluppo interessati a capire le com-

petenze specifiche richieste dalle aziende italiane che delocalizzano la produzione all'estero», racconta Tommaso Aiello

Come ad esempio nel caso dell'Enel che in Slovacchia, Romania, Russia, opera già da anni: «Partecipiamo ai job meeting delle loro università e continuiamo a fare attività di posting per conoscere i migliori studenti delle facoltà di ingegneria ed economia», spiega Monica Procaccianti, responsabile per la selezione e i rapporti con l'università. Ampliare il network e fare recruiting internazionale sono le parole d'ordine. Enel con il programma di selezione "Energy without frontiers" nel 2008 ha portato in Italia 25 giovani stra-

L'ANALISI

Aiello (Ceo Emblemata):
«Per i gruppi che operano in altri paesi i contatti con gli atenei sono cruciali per risolvere i nodi produttivi»

nieri, selezionati grazie ai contatti sottoscritti con le università. Dopo un periodo di prova, li ha assunti. Alla Bip ha conosciuto anche i delegati delle università brasiliane, Statale e della Scuola Politecnica di San Paolo, «vogliono che i loro alunni facciano stage in Europa per acquisire una formazione internazionale da spendere poi, in vista di una futura assunzione, nelle nostre sedi locali», spiega Procaccianti. Stesso discorso con la Pontificia università cattolica di Santiago del Cile, «abbiamo sottoscritto un accordo per ospitare alcuni studenti nelle nostre sedi cile-

nee parteciperemo ai loro comitati scientifici per orientare meglio la didattica», racconta Procaccianti. Anche le università dei Paesi in via di sviluppo, infatti, hanno ormai capito la necessità di un contatto più strutturato e mirato con le aziende: come orientare meglio la formazione dei loro talenti in modo da restringere il gap tra formazione universitaria e know how richiesto dai datori di lavoro è ormai un tema all'ordine del giorno.

«Il nostro obiettivo è l'internazionalizzazione», racconta Milena Esposito, Hr specialist per il recruiting e l'employer branding della Dompè farmaceutici, che sottolinea come proprio a partire dal mondo universitario si inizi a conoscere il territorio dove si andrà ad operare. «Ci vogliamo aprire a nuovi mercati come ad esempio quello russo, per questo gli uffici di job placement dei loro atenei sono strategici non solo per la ricerca delle professionalità, ma anche per comprendere meglio il loro mercato», aggiunge Esposito.

Lo sanno bene all'Unicredit, dove dal 1999 hanno iniziato un processo di integrazione muovendosi verso i Paesi del centro ed est europeo. «Siamo presenti in 22 Paesi con 180 mila dipendenti, di questi, Italia, Germania e Austria sono nell'Europa occidentale, tutti gli altri sono paesi dell'Est», dice Elisa Giaggio, responsabile dell'employer branding per l'Italia.

Dalla Russia all'Ungheria, dalla Serbia alla Polonia passando per l'Azerbaijan e la Bulgaria, Unicredit attraverso gli Hr che lavorano nelle sedi locali ha creato una rete di interscam-



bio con le università del territorio. E al Bip i nuovi incontri con i referenti delle università di Budapest, Mosca, Istanbul e Varsavia hanno dato i loro frutti: «Bank Pekao ad esempio fa parte del gruppo Unicredit, ma la referente dell'università polacca non ne era a conoscenza - racconta Giaggio - ora la metterò in contatto con i nostri operatori del posto».

Unimanagerment, il centro di formazione del gruppo, inoltre, nel 2009 ha selezionato 27 studenti, per lo più dai Paesi dell'Europa dell'Est, per frequentare in Italia il New Europe master in banking and entrepreneurship. «L'obiettivo è quello di formarli qui e poi mandarli nei Paesi di origine per ricoprire ruoli di leadership, anche se quest'anno, vista la contrazione del mercato, saranno circa cinque le figure che potranno essere inserite», spiega Giaggio. Non basta però il talento e la conoscenza dell'inglese: la lingua del posto, la capacità di accettare nuove sfide e viaggiare nei vari Paesi dove Unicredit opera, sono le competenze richieste.

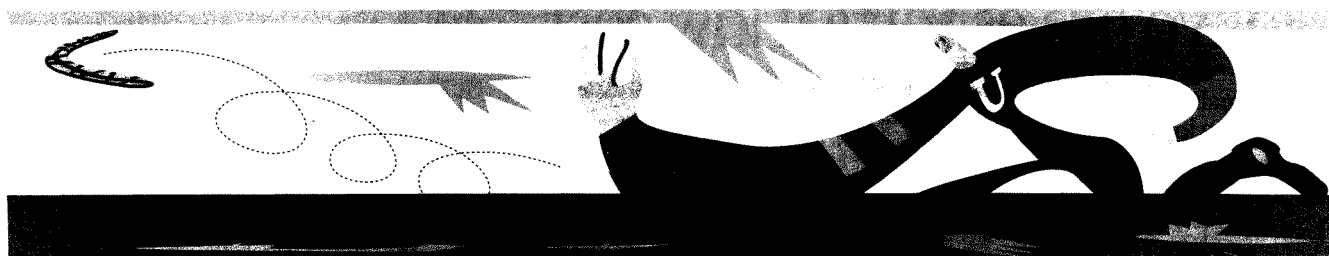
Conoscere il territorio attraverso i suoi talenti è fondamentale anche per la Ferrero, che dagli anni Sessanta opera in Sud America. Presenti in Brasile, Argentina, Messico, con fabbriche in Ecuador e in molti altri Paesi in crescita, l'azienda piemontese guarda ora alla Russia: l'apertura a settembre di uno stabilimento a Vladimir ha evidenziato l'esigenza di ampliare il proprio network di relazioni accademiche. E così anche la richiesta da parte di un'università marocchina di instaurare nuovi rapporti è colta con entusiasmo: «Ma in molti casi c'è il limite della lingua» spiega Fabio Dioguardi, direttore risorse umane. Se l'università di Marrakech ha per esempio parternariati con le aziende francesi, per mandare i suoi studenti in stage alla Ferrero deve garantire la conoscenza della lingua italiana. «Se le università italiane sono più consapevoli delle esigenze delle nostre aziende, in questi Paesi si stanno muovendo solo ora - racconta Marina Collautti, responsabile per il reclutamento e la selezione del Gruppo Generali - vogliono capire di cosa abbiamo bisogno e noi li aiutiamo a organizzare stage e tirocini per poter un domani entrare nel Gruppo. A patto però di una garanzia di internazionalità».

I «DOTTORI»**307.146****Gli immatricolati**

Gli studenti italiani che si sono immatricolati nell'anno accademico 2007-2008 (l'ultimo di cui sono disponibili i dati sul sito del Miur) sono stati 307.146. Negli ultimi 5 anni il dato ha mostrato un andamento altalenante. Nel 2001-2002 gli iscritti erano stati infatti 319.251, nel 2002-2003, 330.784, nel 2003-2004, l'anno con il numero più alto di immatricolati erano stati 338.036. La percentuale delle donne si è mantenuta costantemente al di sopra del 50% e l'ultimo dato è pari al 56,4%.

300.131**I laureati**

Nel 2007-2008 i laureati sono stati 300.131 ossia, un dato che si mantiene pressoché costante dall'anno accademico 2005-2006 e che è invece quasi raddoppiato rispetto a 6 anni fa quando i laureati sono stati 171.806. In crescita le donne laureate che hanno sempre rappresentato oltre la metà e che secondo l'ultimo dato del Miur sono il 58%.



«Così creiamo corsi su misura»

Dal Brasile al Marocco atenei pronti ad accogliere le richieste delle imprese

«Vogliono lavorare per un'azienda straniera e fare almeno uno stage all'estero, per poi magari tornare a casa con un bagaglio culturale più ricco da spendere in una filiale della stessa impresa. Queste le richieste degli studenti delle università di Ungheria, Brasile, Cile, Marocco e Algeria. Tutti manifestano ai loro referenti accademici l'esigenza di rendere più internazionale il proprio percorso universitario e post lauream, anche alla luce del difficile momento del mercato. Un interesse confermato dal fatto che, a fronte di una riduzione del 15% della partecipazione delle aziende alla Borsa internazionale, è stato altrettanto l'incremento della presenza delle università straniere, soprattutto di quelle dei cosiddetti Paesi in via di sviluppo, che stanno iniziando ad aprire uffici di placement proprio per curare le relazioni con le aziende.

«Crediamo che la necessaria internazionalizzazione dell'università vada ben oltre l'interscambio tra professori e alunni - spiega Luz O'Shea, direttrice dell'ufficio per i programmi internazionali dell'università Finis Terrae di Santiago del Cile - la globalizzazione ha aumentato la mobilità degli studenti nel mondo e ha evidenziato la necessità di questi ragazzi di mettere in pratica, in differenti modi e paesi, le conoscenze acquisite».

L'ateneo non ha ancora uffici dedicati al job placement, ma supplisce la mancanza con un ufficio di ex alunni che aiuta i ragazzi a trovare lavoro e gestisce le borse di studio. «In Italia ho incontrato i referenti di imprese come Enel e Fiat che hanno dimostrato la loro disponibilità ad accogliere in stage i nostri alunni sia nelle sedi europee che in quelle del Sud America -

spiega O'Shea -. La disponibilità di Eni Corporate University a ricevere candidature dei nostri studenti per il master Energy economics and Environmental Management and Economics, offre loro la possibilità di essere assunti come dipendenti Eni dopo la laurea».

Prima volta al Bip anche per la Scuola Politecnica (Usp) di San Paolo. «Il contatto diretto tra i delegati delle università e quelli delle aziende è un evento eccezionale», sottolinea José

LA FORMAZIONE

Atoui L'hadi (università algerina di Annaba):

«Più sinergia per capire come dobbiamo strutturare le nostre facoltà»

Roberto Cardoso, vice rettore dell'università brasiliana, che ha incontrato aziende italiane come Visiant e Telecom Italia per l'area dell'Information & Communication Technology, Enel ed Eni per il settore dell'energia. «Sono rimasto sorpreso dalle eccellenti opportunità che le aziende hanno offerto ai nostri laureati e laureandi. Spero di riuscire a mandare i nostri alunni qualche mese in Italia presso le loro sedi per un'esperienza lavorativa», dice il vice direttore della Scuola Politecnica che ha già un forte legame con il mondo dell'industria brasiliana. Ogni tipo di esigenza o problema che le aziende chiedono di risolvere vengono, infatti, comunicate agli studenti, che iniziano a lavorare ai vari progetti. «Ogni anno offriamo 750 nuovi posti davanti a una richiesta di 15mila studenti che vogliono studiare da noi perché sanno che riceveranno una pre-

parazione per lavorare poi in tutto il mondo. Sono infatti 200 gli studenti impegnati in programmi di lavoro con aziende internazionali e 80 gli studenti stranieri che ospitiamo», sottolinea Cardoso.

A cogliere l'interesse delle aziende verso nuovi mercati è stato anche Peter Moson, vice rettore per le relazioni internazionali dell'University of Technology and Economics (Bme) di Budapest. «Ho apprezzato l'incontro con gli Hr manager della Ferrero, della Brembo e della Barilla - racconta - perché ho capito quali sono le loro esigenze, ma soprattutto ho colto la loro volontà di aprirsi, anche nella ricerca dei talenti, verso le regioni del Centro ed Est Europa».

Atoui L'hadi, vice rettore per le relazioni internazionali e della cooperazione dell'università algerina Badji Mokhtar di Annaba, voleva conoscere i progetti delle società verso i Paesi del Sud del Mediterraneo. Per questo al Bip ha cercato di creare un network italiano: «Far entrare i nostri laureati in una delle vostre aziende, anche attraverso uno stage, è fondamentale per acquisire un'esperienza internazionale, ma soprattutto - sottolinea - collaborare con loro per capire quali scelte fare in materia di formazione e preparare così i quadri manageriali». Ecco che in quest'ottica diventano necessarie partnership con società come Abb, Enel, Eni Corporate, «queste aziende erano interessate a reclutare competenze utili per le loro filiali in Algeria o all'estero, ma non in Italia o in Europa - spiega L'hadi - perché non possono accogliere studenti algerini in Italia. La legge non permette loro di farsene carico». Così anche per aziende come Tenaris Dal-

mine (italiana), Abener Energia Abengoa (spagnola) e Microsoft Italia, che chiedono di ricevere i curricula dei migliori laureati in scienze elettroniche, informatica e meccanica da impiegare in loco. L'ateneo non ha ancora un ufficio di job placement internazionale, «per ora favoriamo solo gli stage che gli studenti fanno alla fine del percorso universitario nelle nostre aziende algerine, ma ci stiamo muovendo per facilitare esperienze all'estero», racconta L'hadi.

Una necessità sottolineata dagli stessi alunni: «Ho parlato con alcuni nostri ex studenti che lavorano fuori dal Paese e testimoniano di aver imparato a lavorare con maggior rigore e puntualità», conclude il vice rettore.

Sebbene anche per Bachir Lakhdar dell'università Cadi Ayyad di Marrakech gli incontri one to one con le aziende italiane siano stati molto fruttuosi, una delle condizioni necessarie per prendere nuovi stagisti e futuri impiegati era la conoscenza della lingua italiana, «che sfortunatamente non insegniamo nei nostri corsi. Così abbiamo richiesto alle aziende di girare le nostre richieste alle filiali del loro gruppo dove fosse sufficiente conoscere l'inglese e il francese» spiega Lakhdar che racconta come siano già attive collaborazioni con aziende che lavorano in Marocco, in particolare con quelle iscritte alla Camera di commercio di Marrakech.

«Su 92 studenti laureati nel 2008, ben 90 hanno trovato un lavoro entro sei mesi dalla laurea. Per ora però nessun nostro alunno lavora in Italia», spiega Lakhdar, che spera che dopo gli incontri fatti al Bip con Gruppo Generali, Fiat, Eni e Ferrero si riesca a creare nuove partnership anche con le aziende italiane.

GLI STRANIERI

11.500

Gli immatricolati

Nell'anno accademico 2007-2008 gli immatricolati stranieri sono stati 11.500 di cui 5.846 erano donne. Secondo questo dato ogni mille immatricolati nelle università italiane 37,4 sarebbero stranieri.

3.379

La provenienza

Il gruppo più numeroso degli immatricolati stranieri in Italia proviene da altri paesi europei (3.379). Seguono l'Unione europea a 27 (2.675) che conta una percentuale pari a 72,7% di donne immatricolate. L'Asia con 2.378 immatricolati, l'Africa con 1.892, il Sud America con 968, il Nord America con 165, l'Oceania con 4 e infine altri paesi con 39 immatricolati. In media le donne rappresentano il 59,5%

51.803

Gli iscritti stranieri

Gli iscritti stranieri nelle università italiane sono 51.803. Di questi circa 30.819 sono donne