

Salvatore Sardo: Eni si conferma al primo posto nella graduatoria Best Employer of choice 2013

Eni best employer 2013. Nella **classifica Best employer of choice 2013**, l'indagine condotta da Cesop Communication sulle aziende più ambite dai neolaureati, Eni si conferma al primo posto. "I ragazzi sanno che lavorare per una realtà solida che permette di avere esperienze internazionali diventa una garanzia per la loro carriera", spiega **Salvatore Sardo**, Chief Corporate Operations Officer di Eni.



The screenshot shows a news article from la Repubblica.it. The page header includes the site logo, navigation links for Mobile, Facebook, Twitter, and Google+, and the section title 'ECONOMIA & Finanza con Bloomberg'. Below the header, there are navigation tabs for Home, Finanza con Bloomberg, Calcolatori, Finanza Personale, and AFFARI & FINANZA. The article title is 'Eni, Fs, Bnl, Google le imprese più amate dai giovani laureati'. The sub-headline reads: 'LA GRADUATORIA DEL "BEST EMPLOYER OF CHOICE 2013", L'INDAGINE CONDOTTA DA CESOP COMMUNICATION: ALLERGIA ALLE PICCOLE IMPRESE E AL LAVORO AUTONOMO, MA ANCHE AL SETTORE PUBBLICO'. The author is listed as Catia Barone. A 'Lo leggo dopo' button is visible. The main text begins with: 'Milano A l'ro che "bamboccioni". Oggi i giovani si laureano presto e bene sognando il posto fisso. Sanno perfettamente che per trovare un lavoro devono puntare tutto sull'eccellenza, perché la crisi non lascia scampo e la concorrenza è spietata. Chiedono stabilità, non solo contrattuale ma anche aziendale, motivo per cui preferiscono grandi realtà solide e sicure come Eni, Ferrovie dello Stato e Bnl - Gruppo Bnp Paribas. Questo è quanto emerge dal Best Employer of Choice 2013, l'indagine condotta da Cesop Communication sulle aziende più ambite dai neolaureati. I giovani di oggi sono allergici alle piccole imprese e al lavoro autonomo, ma anche al settore pubblico che forse rappresenta un percorso troppo lungo e burocratico. Ed è stato loro il compito di dare le "pagelle" a 150 imprese: la prima della classe resta Eni.'

Altro che "bamboccioni". Oggi i giovani si laureano presto e bene sognando il posto fisso. Sanno perfettamente che per trovare un lavoro devono puntare tutto sull'eccellenza, perché la crisi non lascia scampo e la concorrenza è spietata. Chiedono stabilità, non solo contrattuale ma anche aziendale, motivo per cui preferiscono grandi realtà solide e sicure come Eni, Ferrovie dello Stato e Bnl - Gruppo Bnp Paribas.

Questo è quanto emerge dal Best Employer of Choice 2013, l'indagine condotta da Cesop Communication sulle aziende più ambite dai neolaureati. I giovani di oggi sono allergici alle piccole imprese e al lavoro autonomo, ma anche al settore pubblico che forse rappresenta un percorso troppo lungo e burocratico. Ed è stato loro il compito di dare le "pagelle" a 150 imprese: la prima della classe resta Eni, seguita da Ferrovie dello Stato, Bnl-Bnp Paribas (salita di undici posizioni in un anno), Apple e Banca d'Italia (entrambe quarte), Google e Mondadori (entrambe quinte). Perdono invece appeal sui laureati Intesa Sanpaolo (passata dal secondo al settimo posto), Ferrero, Enel, Ferrari, Roche e Angelini Farmaceutici. La scelta ricade dunque su multinazionali e grandi imprese italiane: «Ad essere premiate sono soprattutto le aziende che investono sui giovani assumendo - spiega il direttore della ricerca Giuseppe Caliccia - ma anche quelle che garantiscono maggiore stabilità contrattuale e di assetto aziendale e che forniscono opportunità formative più concrete rispetto ai competitor».

Proprio come Eni, presente in 85 paesi con 79 mila dipendenti in tutto: «Questi ragazzi conoscono bene la nostra azienda e sanno che, in un momento in cui tante certezze vengono meno, lavorare per una realtà solida che permette di avere esperienze internazionali diventa una garanzia per la loro carriera - spiega Salvatore Sardo, Chief Corporate Operations Officer di Eni - La percezione positiva che i neolaureati hanno di noi dipende anche dagli investimenti che facciamo sulla formazione (70 milioni di euro l'anno e 3,5 milioni di ore). Ormai sono tutti consapevoli che entrare in una azienda senza avere la possibilità di una formazione continua significa restare fuori dal mercato». Dunque solidità e formazione, ma non solo: «Eni assume 300-400 giovani laureati ogni anno - continua Sardo -. Tra l'altro, le assunzioni femminili sul totale sono passate dal 20% di cinque anni fa al 23% attuale, con l'obiettivo però di arrivare al 28%».

Oltre alla solidità dell'azienda, a fare la differenza sono anche le strategie di comunicazione e di employer branding, come ha dimostrato la scalata in classifica di Bnl-Gruppo Bnp Paribas (2 miliardi e 400 milioni di euro di fatturato in Italia nei primi nove mesi del 2012 e circa 13.500 dipendenti): «Negli ultimi due anni abbiamo sviluppato una relazione diretta con i giovani, con focus su canali social, attività innovative e dedicate all'orientamento al lavoro e job meeting nelle università», sottolinea Stefano Colasanti, responsabile organici, costi, mobilità e recruiting Direzione Risorse Umane di Bnl. Oltre a questo la banca ha lanciato i "Recruiting Day Bnl", ovvero giornate durante le quali i candidati entrano in banca e sostengono prove e colloqui. Alla fine, i migliori ricevono una lettera d'impegno di assunzione: «Siamo arrivati alla settima edizione, con 300 partecipanti dei quali 150 assunti». E poi: «Noi puntiamo sempre a scovare i talenti. Quello che chiediamo in più ai giovani - conclude Colasanti - è un'ottima capacità di reazione e di adattamento».

Ma l'impresa che ha scalato più posizioni in assoluto è Unilever (14 in tutto, arrivando settima), azienda internazionale di beni di largo consumo che opera anche in Italia, dove ha 3 mila dipendenti e un fatturato di 1,1 miliardi di euro nel 2011: «Per noi è una bella sorpresa perché premia tutto il lavoro fatto negli ultimi anni - dice Constantina Tribou, Human Resources Vice President Unilever Italia, Grecia e Portogallo - Abbiamo implementato la nostra strategia di comunicazione rendendola più chiara e ampliato anche l'employer branding. In particolare, siamo andati più spesso nelle università per farci conoscere illustrando alcuni progetti come l'Agile Working, ovvero permettere ai dipendenti di organizzare le ore di lavoro in base alle loro esigenze per ottenere risultati più efficaci, come nel caso delle madri. Alla fine, i ragazzi apprezzano la nostra meritocrazia nello sviluppo delle persone, le politiche di Work Life Balance, ma anche il carattere internazionale dell'azienda ». E le assunzioni? «Per vincere in un mercato in crisi, noi cerchiamo i migliori talenti e puntiamo a farli crescere». Nel grafico qui sopra, a graduatoria delle imprese più richieste dai giovani laureati sia nel 2012 che nel 2011, con i relativi cambiamenti di posizione.

FONTE: Repubblica.it