

Ottantacinque università si sono dotate di un ufficio per accompagnare i neolaureati. Una parte in espansione nel favorire l'incontro tra domanda e offerta di lavoro è svolta dagli uffici job placement delle università che si occupano di creare un primo contatto tra i propri laureati e le aziende del territorio. Con attività di supporto che spaziano dalle banche dati, dove gli studenti possono consultare gli annunci pubblicati dalle aziende, fino al servizio di consulenza in fase di scrittura del curriculum. Il placement universitario. A oggi sono 85 gli istituti sul territorio italiano dotati di un proprio ufficio placement. «A livello di sistema paese si tratta di una pratica molto giovane che risale a circa sette anni fa, sulla scia dell'esempio dei paesi anglosassoni che hanno svolto il ruolo di apripista in quanto dotati di un sistema universitario che nasce in raccordo con le imprese», spiega T. Aiello, ceo di una società che opera nel campo dei servizi di placement per le università. Un settore che si è fatto piuttosto competitivo e in cui la differenza si gioca sui servizi offerti. «Oggi le aziende chiedono agli uffici placement di poter entrare in contatto con laureati target, cioè in possesso di determinati requisiti, tutto l'anno». Alle università quindi le imprese chiedono di operare un pre-screening dei profili, con la possibilità di fare employer branding e attività di comunicazione mirata tramite piccoli eventi dedicati a un determinato tipo di utenti filtrato dall'ufficio placement. «Le università – conclude – si sono rese conto che il vantaggio competitivo sta nella capacità di spingere le aziende a reclutare gli studenti nel proprio ateneo. Ad esempio, lanciando iniziative riservate ai dottori di ricerca o a un target femminile ... occorrerebbe uno sforzo maggiore per portare il placement anche nella scuola superiore per permettere ai diplomati di effettuare una scelta il più consapevole possibile in vista dell'università».

(Fonte: ItaliaOggi Sette 11-12-2012)