

# AL



# ALMALAUREA

## **Aspettative, scelte formative e inserimento occupazionale dei neolaureati**

**Prof. Francesco Ferrante (Uniclam)  
Consulente Scientifico di AlmaLaurea**



## Le scelte formative e di carriera sono la fonte principale di rimpianti da adulti

*“My one regret in life is that I am not someone else”  
(L’unico rammarico nella mia vita è non essere un’altra persona)*

*Woody Allen*

### Quali scelte sono maggiore fonte di rammarico nella vita delle persone?

(Roese and Summerville, 2005)

Popolazione (meta-analisi)		Studenti	
Area	%	Area	%
Formazione	32.2	Storie d’amore	26.7
Carriera	22.3	Amici	20.3
Storie d’amore	14.8	Formazione	16.7
Essere genitori	10.2	Tempo liberi	10
Se stessi	5.5	Se stessi	10
Tempo libero	2.5	Carriera	6.7
Finanze	2.5	Famiglia	3.3
Famiglia	2.3	Salute	3.3

fonte:  
OECD, 2008  
anno rif.:  
2006

Totale area  
tecnico-scientifica

40

Germania



37

Francia



37

Regno Unito



40

Italia



26

Stati Uniti



37

OECD



0%

20%

40%

60%

80%

100%

Fisica, Agraria, Chimica e Biologia

Medicina, Farmacia

Matematica, Informatica

Ingegneria, Industria e Costruzioni

Scienze umane, artistiche, dell'educaz.

Scienze sociali, economiche e giuridiche

valori  
percentuali

**Cosa conta per i neolaureati nella  
ricerca del lavoro?**



# Aspetti “decisamente rilevanti” nella ricerca del lavoro

LAUREATI  
2014



valori  
percentuali



## Aspetti “decisamente rilevanti” nella ricerca del lavoro: confronti

LAUREATI  
2014

	2004	2014	variazione 2004-2014
acquisizione di professionalità	81,9	75,8	-6,1
possibilità di carriera	57,5	61,8	4,3
stabilità/sicurezza del posto di lavoro	56,8	66,3	9,5
possibilità di guadagno	54,2	56,5	2,3
coerenza con gli studi compiuti	46,9	49,8	2,8
indipendenza o autonomia	44,5	48,1	3,6
rispondenza a interessi culturali	44,4	41,6	-2,7
tempo libero	24,7	26,6	1,9

valori  
percentuali



## Neolaureati “decisamente disponibili” a lavorare secondo varie forme contrattuali, per genere

LAUREATI  
2014

	TOTALE	Donne	Uomini
<b>ORARIO</b>			
tempo pieno	87,2	86,0	89,0
part-time	41,9	48,4	31,8
<b>CONTRATTO</b>			
tempo indeterminato	90,5	91,5	88,8
tempo determinato	37,8	40,5	33,6
stage	22,2	24,3	18,9
apprendistato	19,9	21,7	17,1
autonomo/in conto proprio	38,1	36,0	41,4

valori  
percentuali

# L'efficacia della laurea secondo i neolaureati



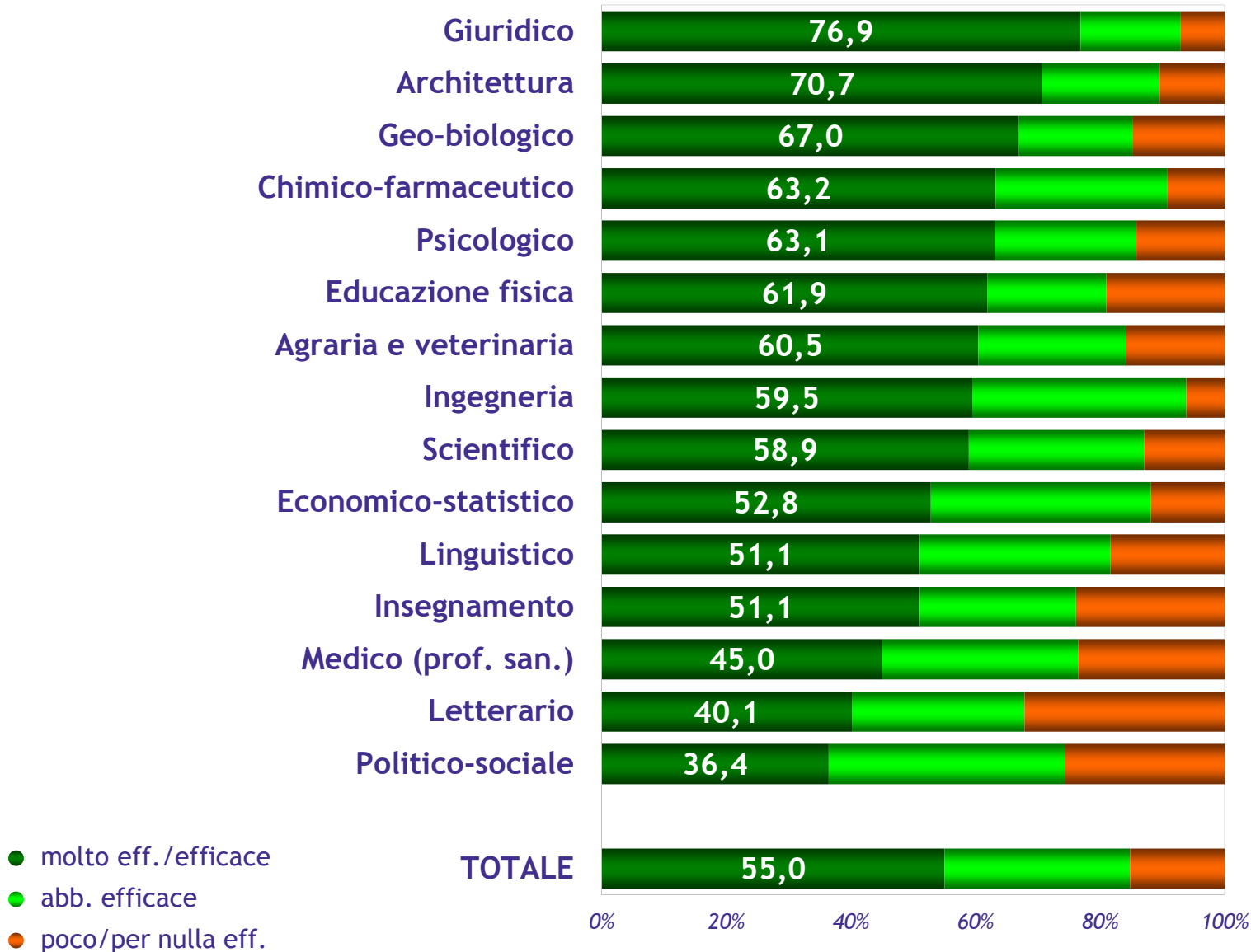


# Efficacia\* della laurea a cinque anni per gruppo disciplinare

MAGISTRALI  
2009

\*combina  
richiesta  
della laurea  
e uso delle  
competenze  
acquisite  
all'università

gruppo difesa  
e sicurezza  
non riportato

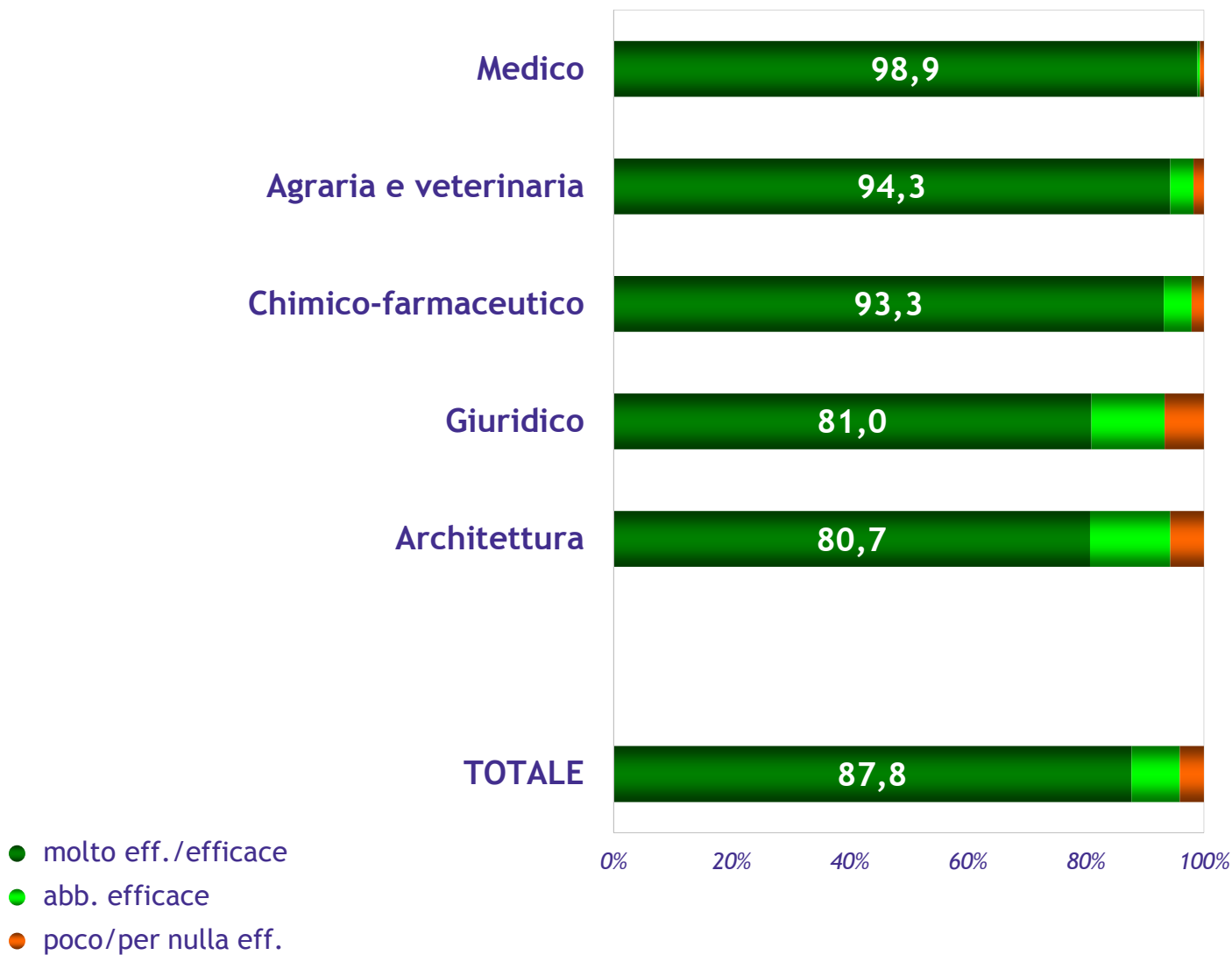




# Efficacia\* della laurea a cinque anni per gruppo disciplinare

CICLO UNICO  
2009

\*combina  
richiesta  
della laurea  
e uso delle  
competenze  
acquisite  
all'università



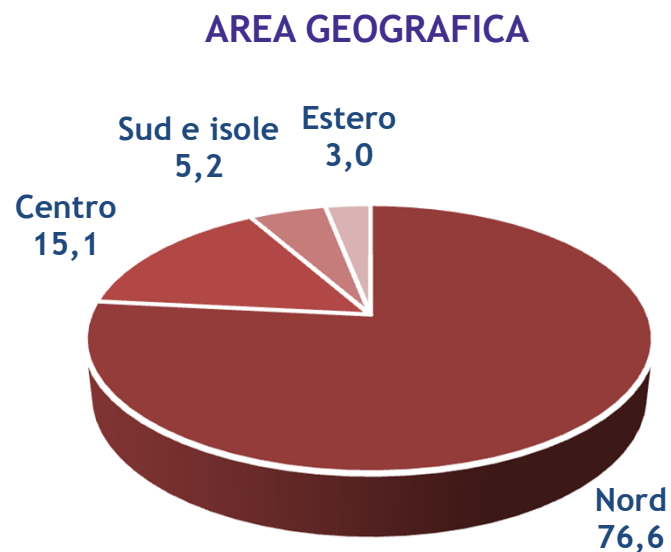
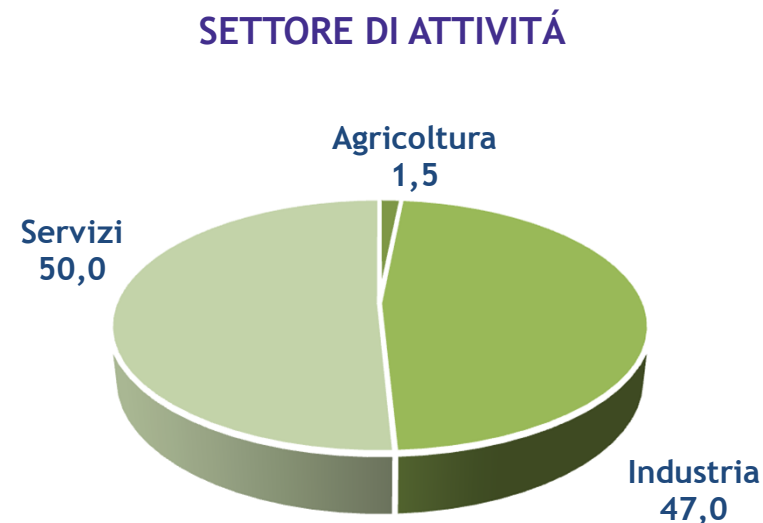
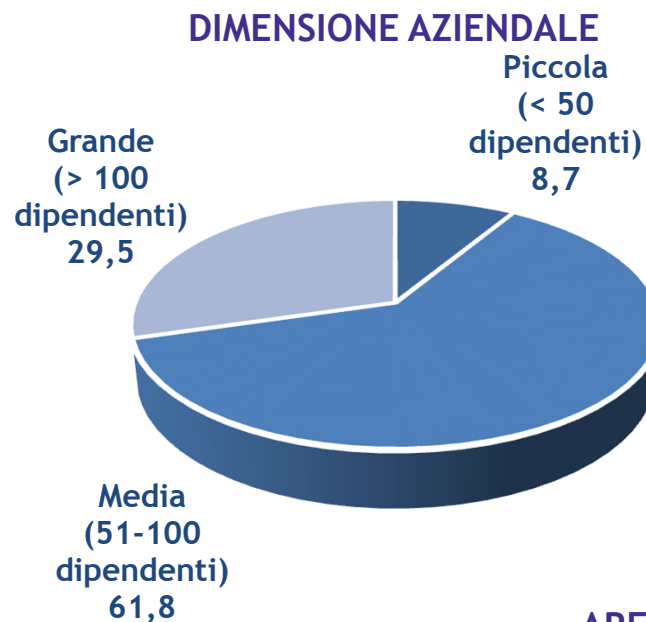
**Il reclutamento dei neolaureati:  
il punto di vista delle aziende/dei  
reclutatori**

- Indagine svolta in collaborazione tra **AlmaLaurea e Centromarca**
- Obiettivi dell'indagine: rilevare le opinioni dei responsabili della selezione in azienda rispetto ai **punti di forza** e agli **aspetti problematici** riscontrati nel reclutamento dei neolaureati
- 1.138 aziende coinvolte:
  - una parte associata o riconducibile all'Associazione Centromarca
  - una parte selezionata dall'insieme di aziende clienti di AlmaLaurea
- Rilevazione via web (CAWI), condotta tra Novembre e Dicembre 2014
- 256 aziende intervistate (di cui, 50 di Centromarca),  
276 Responsabili aziendali intervistati (di cui, 54 di Centromarca)
- Tasso di risposta: 22,5%
- Stime rappresentative della popolazione di partenza (procedura di post-stratificazione)



# Distribuzione per dimensione aziendale, settore di attività e area geografica

256 Aziende



valori percentuali



276  
Responsabili  
Aziendali  
intervistati

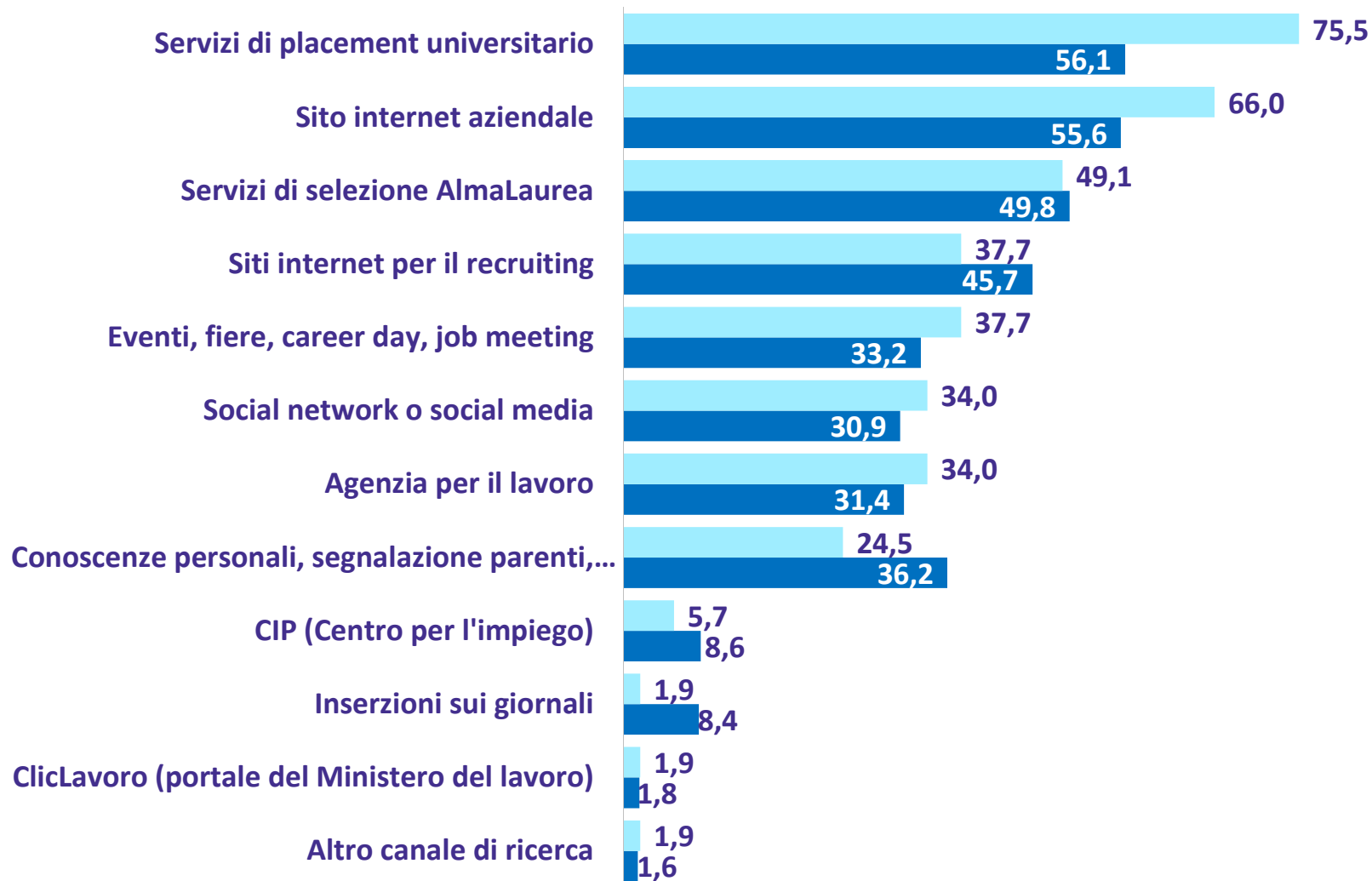
	Piccola (< 50 dipendenti)	Media (51-100 dipendenti)	Grande (> 100 dipendenti)	Totale
Servizi di <i>placement</i> universitari	40,2	45,6	78,9	56,1
Siti internet aziendali	35,1	45,3	79,1	55,6
Servizi di selezione ALMALAUREA	61,5	46,9	52,6	49,8

valori  
percentuali



# Canali di ricerca più utilizzati a confronto

276  
Responsabili  
Aziendali e  
54  
Responsabili  
Aziendali  
Centromarca



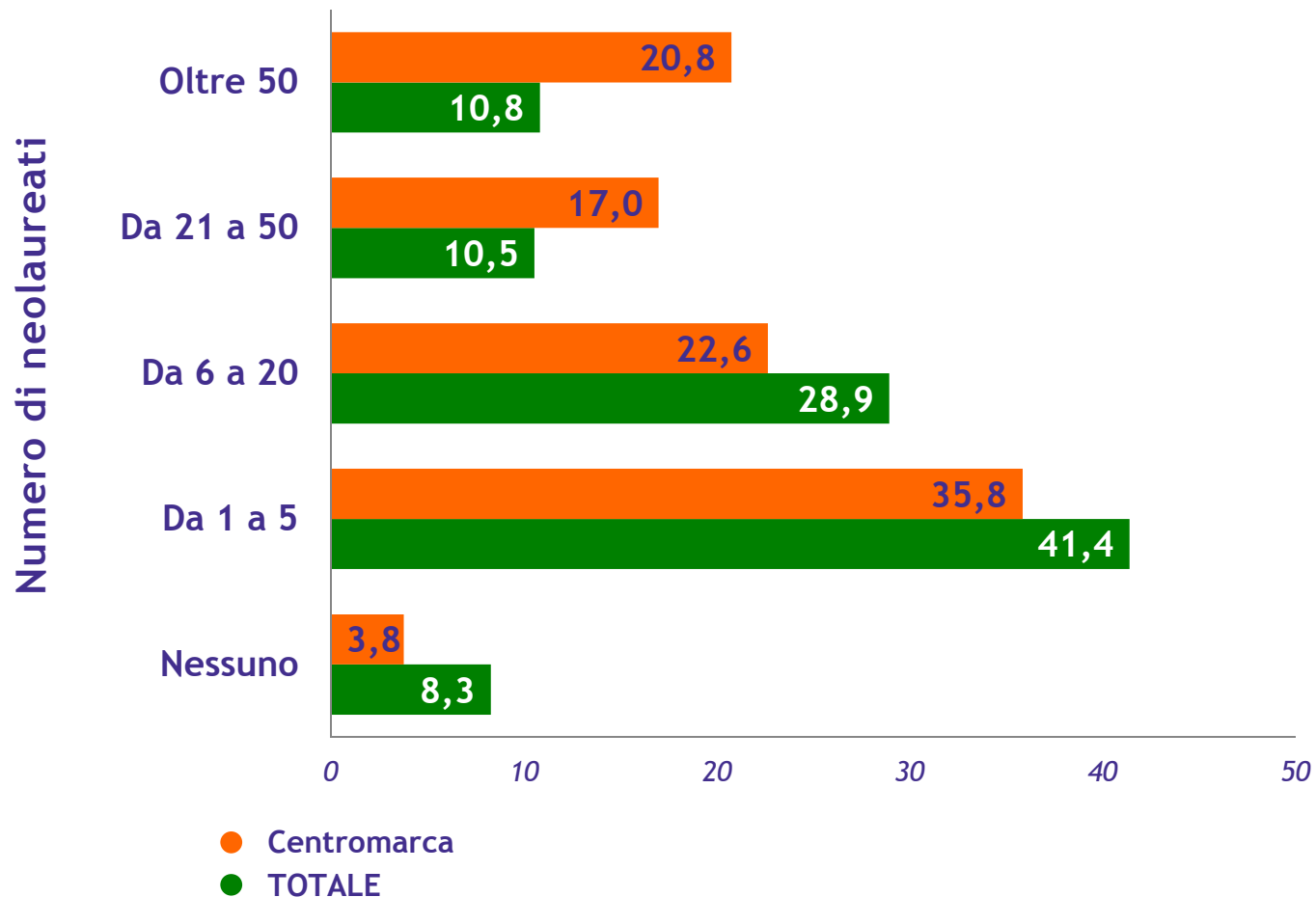
valori  
percentuali

● Centromarca  
● TOTALE



# Neolaureati assunti negli ultimi due anni a confronto

256 Aziende  
e 54 Aziende  
Centromarca



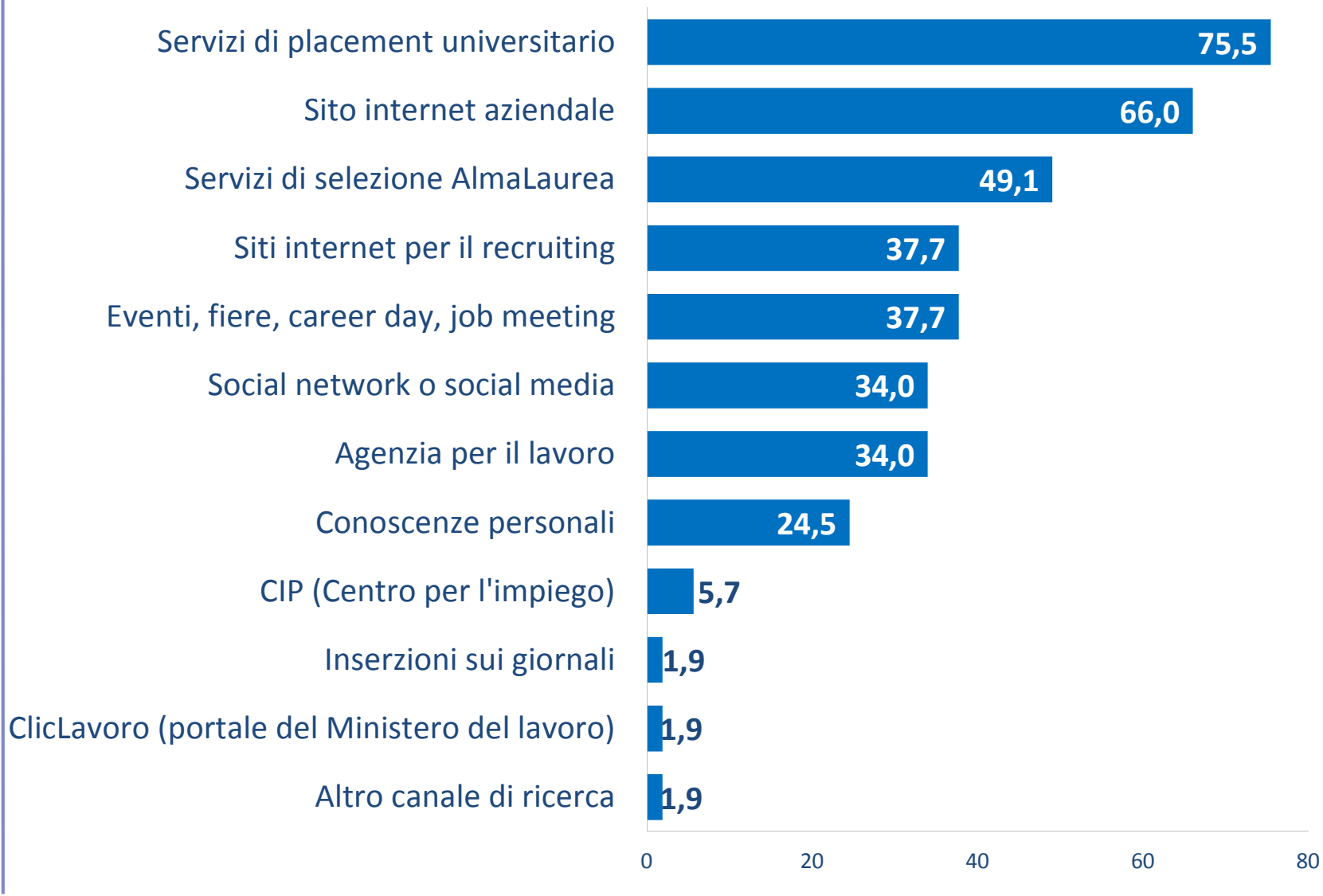
valori  
percentuali





## Canali di ricerca più utilizzati dalle aziende associate o riconducibili a Centromarca

54  
Responsabili  
Aziendali  
intervistati



valori  
percentuali

## Importanza attribuita dalle imprese per ciascuna caratteristica desiderata e l'effettivo riscontro a livello di candidature

276  
Responsabili  
Aziendali  
intervistati



valori  
percentuali

● aspetti più rilevanti per le aziende (punteggio medio ≥ 8 su scala 1-10) ● aspetti più rilevanti per le aziende e riscontrati tra i candidati



## Mismatch tra ciò che le imprese cercano e ciò che le imprese riscontrano nei neolaureati

\* punteggio medio superiore a 8 punti su scala 1-10  
276 Responsabili Aziendali intervistati

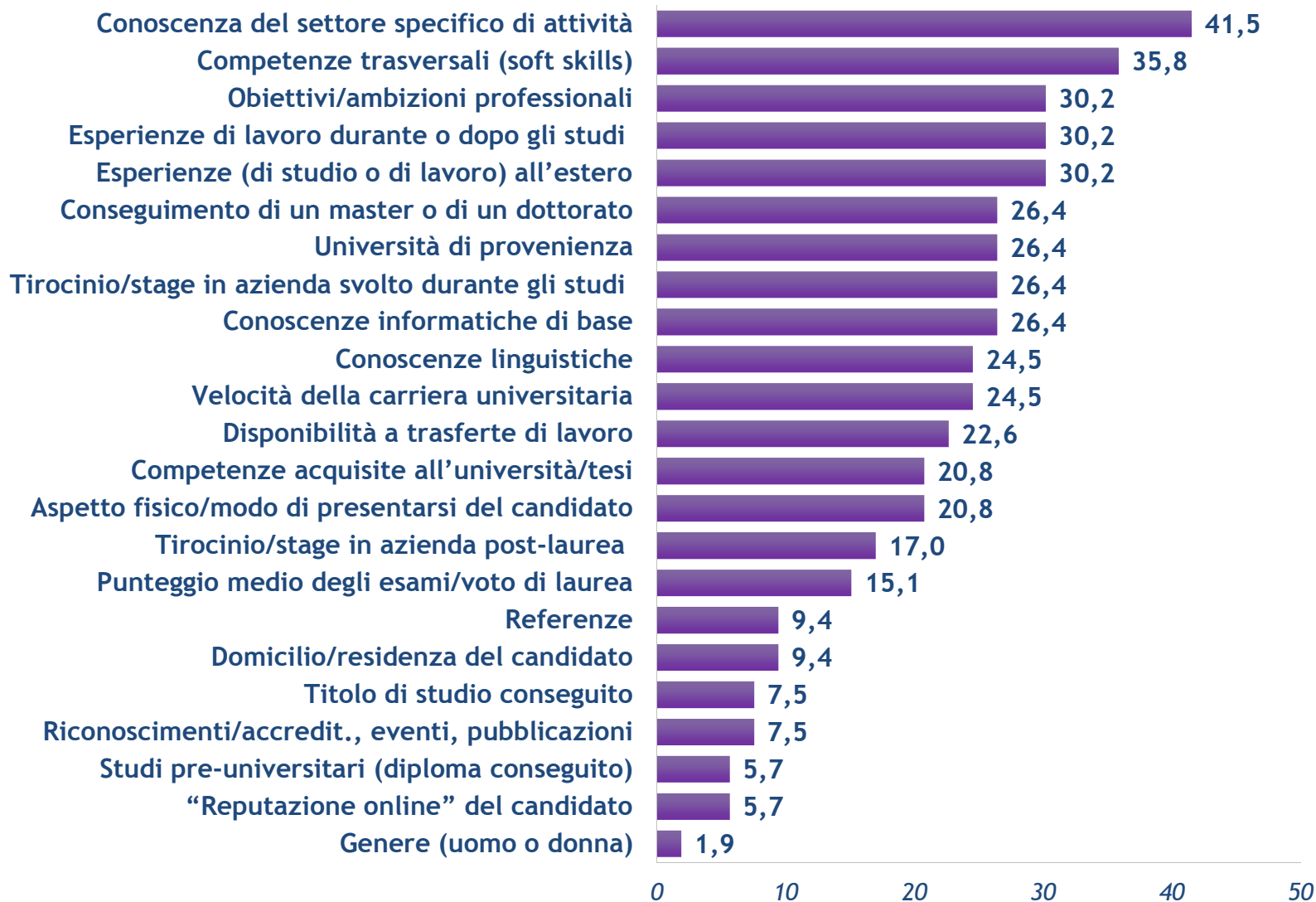


valori percentuali



## Mismatch tra ciò che le imprese cercano e ciò che le imprese riscontrano nei neolaureati\*

\* punteggio medio superiore a 8 punti su scala 1-10  
54 Responsabili Aziendali Centromarca



valori percentuali



# Principali mismatch tra ciò che le imprese cercano e ciò che le imprese riscontrano nei neolaureati

276  
Responsabili  
Aziendali e  
54  
Responsabili  
Aziendali  
Centromarca



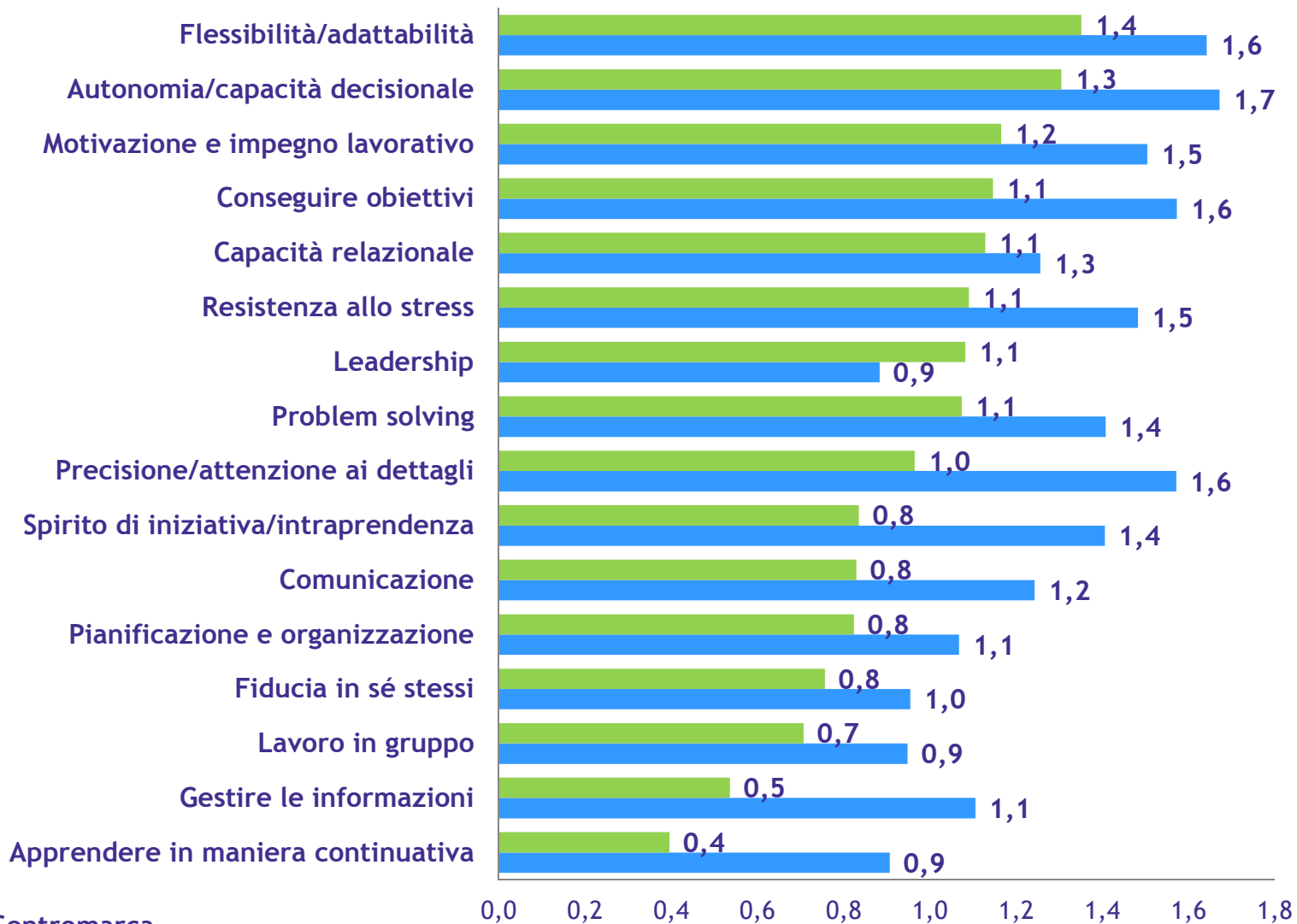
valori  
percentuali

● Centromarca  
● TOTALE



# Gap tra le soft skills più apprezzate dalle aziende e quelle riscontrate nelle candidature a confronto

276  
Responsabili  
Aziendali e  
54  
Responsabili  
Aziendali  
Centromarca



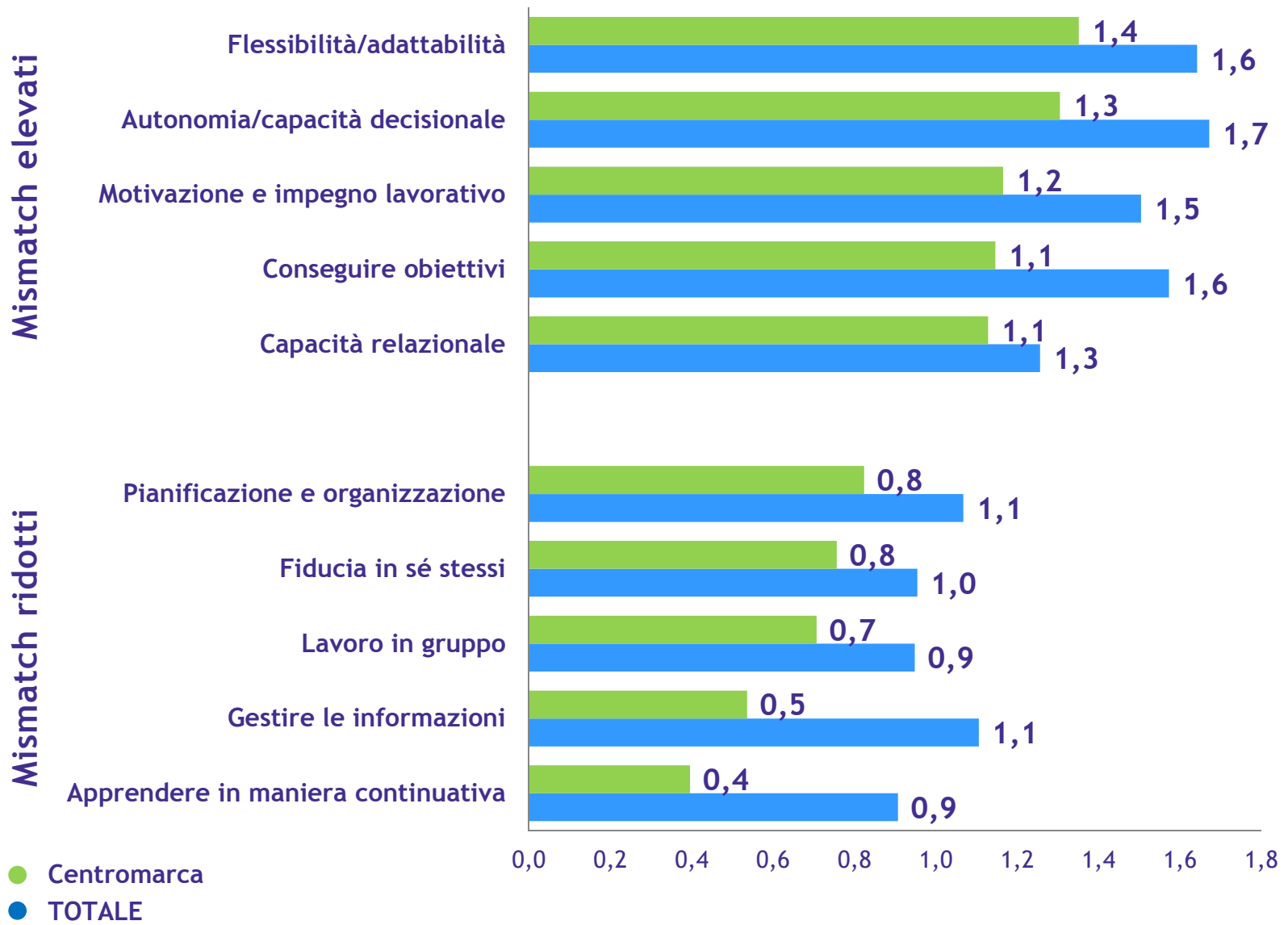
valori medi,  
scala 1-10

● Centromarca  
● TOTALE



# Principali gap tra le soft skills più apprezzate dalle aziende e quelle più ritrovate nelle candidature a confronto

276  
Responsabili  
Aziendali e  
54  
Responsabili  
Aziendali  
Centromarca



- ⊙ Il reclutamento da parte delle imprese Centromarca indagate avviene in maniera **più marcata** rispetto alle altre imprese attraverso **canali formali** ed, in particolare, i portali delle università, i portali delle aziende e i servizi offerti da Almalaurea
- ⊙ Le imprese Centromarca mostrano una **maggiore propensione ad assumere laureati** rispetto al complesso delle imprese indagate
- ⊙ Il mismatch più frequente tra competenze richieste dalle imprese Centromarca e possedute dai laureati riguarda le “conoscenze del settore specifico di attività” e le *soft skills*
- ⊙ Il gap effettivo di *soft skills* registrato dalle imprese Centromarca è **mediamente inferiore** rispetto a quello segnalato dalla altre imprese
- ⊙ Le *soft skills* per le quali le imprese Centromarca maggiori deficit riguardano la *flessibilità/adattabilità* e *l'autonomia di giudizio/capacità decisionale*
- ⊙ Nel complesso le imprese Centromarca mostrano sia una **maggiore propensione a valorizzare il capitale umano dei laureati** sia una **più elevata efficienza nelle attività di reclutamento** che si traduce in un minore mismatch tra le competenze ricercate dalle imprese e possedute dai neolaureati



*Mismatch: aspetti fisiologici e patologici*

Possibili cause (lato domanda e offerta):

- **Scelte formative** delle famiglie poco informate (mancanza di informazioni o loro scarso utilizzo?)
- **Profili formativi dei laureati** non corrispondenti ai fabbisogni delle imprese (percorsi formativi non adeguati?)
- Strumenti di **intermediazione inadeguati**
- Prevalenza di **canali informali** di reclutamento soprattutto nelle PMI a gestione familiare e peso delle reti di relazioni (assenza di meritocrazia)
- **Pratiche di gestione** delle risorse umane poco efficienti, soprattutto nelle PMI
- **Scarsa attività di investimento in formazione**, soprattutto in entrata





### Conseguenze:

- Perdita di efficienza del sistema economico, con effetti sulla produttività e sulla competitività
- Mancata corrispondenza tra aspettative ed esiti occupazionali (vedi rimpianti...)
- Minore mobilità sociale (effetto canali informali)

### Cure:

- potenziamento dell'orientamento in entrata, in itinere e in uscita
- rafforzamento dei legami università-mercato del lavoro
- miglioramento della cultura aziendale in tema reclutamento e di gestione delle risorse umane



## Il contributo di AlmaLaurea: un modello integrato basato su tre pilastri

**72**  
**Università**  
**oltre il 91%**  
**dei laureati**  
**italiani**  
  
**3 le principali**  
**attività**  
**di AlmaLaurea**

**Indagine annuale sul profilo dei Laureati:** (diplomati delle scuole secondarie) a quattro mesi dalla fine dell'anno accademico consente ai diversi stakeholder di conoscere le caratteristiche e la performance universitaria dei neolaureati a livello di singolo corso di laurea

**Indagine annuale sulla condizione occupazionale dei Laureati:** offre ai diversi stakeholder informazioni sull'inserimento occupazionale dei laureati dopo 1, 3, e 5 anni dalla laurea con percentuali molto elevate di risposta: 86% ad 1 anno; 80% a tre anni; 75% a cinque anni

**Banca dati on-line dei curricula dei laureati** (quasi 2 milioni di laureati) mette a disposizione delle aziende italiane ed estere tutta la documentazione (anche in inglese). Migliora l'incontro tra domanda e offerta di laureati e la loro mobilità internazionale (i CV sono resi disponibili on-line tre/quattro mesi prima della laurea)



*... Oggi, la scuola e l'università devono preparare per lavori che non sono stati ancora creati, per tecnologie che non sono ancora state inventate, per problemi che ancora non sappiamo che nasceranno...*

Andreas Schleicher, Direttore Education, OCSE-PISA

*Grazie*

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