

# OCCUPAZIONE & LAVORO

## Caccia al posto: «assalto» agli stand delle grandi aziende

«Job meeting», oltre 2mila giovani al Palacongressi. I neolaureati: «Opportunità d'oro per lasciare il curriculum»

di RICCARDO DEL LUNGO

UN «JOB MEETING» da record, quello di ieri al Palacongressi, organizzato da Cesop Communication e Trovolavoro.it, in collaborazione con l'Ufficio laureati dell'Università di Pisa. Anche quest'anno i partecipanti sono stati più di 2mila, confermando il grande interesse suscitato da queste iniziative. Tante le aziende italiane (Piaggio, Nissan Italia, Il Sole 24 Ore, le più famose) ed estere che hanno cercato di conoscere e farsi conoscere, raccogliendo curricula, facendo colloqui, offrendo informazioni e cercando di capire cosa i neo-laureati vogliono dalla loro esperienza lavorativa.

DAL PUNTO di vista degli ex-studenti invece sembra essere tornati ai tempi dell'orientamento scolastico post-liceo, con i tanti ragazzi in fila davanti agli stand delle varie università, in cerca di opportunità e consigli per scegliere con cura il proprio futuro. Stessa incertezza e voglia di saperne di più, con una nuova attenzione per la pubblicizzazione delle proprie capacità.

ABBIAMO innanzitutto notato quanto sia difficile affrontare una concorrenza sempre più agguerrita. **Andrea Begliuomini**, responsabile delle risorse umane della «Tagetik» (vende software), spiega: «E' difficile far affermare un marchio poco conosciuto come il nostro. Le grandi aziende sono favorite in questo: raccolgono tanti curricula e poi decidono. Noi cerchiamo persone anche non esperte, ma curiose, con voglia di imparare, che possano sposare un progetto di sviluppo per l'azien-

da». **Fiorenza Galeotti**, responsabile formazione per la Banca Fideuram: «Offriamo un percorso di specializzazione per la formazione di liberi professionisti nel campo del private banking (vendita strumenti finanziari). Ci sono sempre meno posti disponibili per i lavoratori dipendenti, così molti giovani puntano su di sé, costruendosi la loro professione senza saltare da uno stage all'altro».

E' QUINDI in questo scenario di precarietà che si afferma sempre di più la necessità di una preparazione settoriale, insieme a una capillare e coordinata diffusione del proprio curriculum. A questo scopo l'Università di Pisa, attraverso il portale web Alice, mette a disposizione un servizio di «job placement», dove aziende e laureati possono mettersi direttamente in contatto fra loro. «Non sapevo di questa possibilità — ci dice **Davide Colombo**, neo-laureato in Giurisprudenza —, forse non era molto pubblicizzato. In generale devo dire che non ho trovato risposte concrete da parte dell'istituto universitario. Un mio amico mi ha segnalato un master privato molto bello, ma costa 40mila euro, tantissimo! E se poi non trovo lavoro comunque?». Il primo passo obbligato resta quindi la compilazione e la diffusione del proprio curriculum vitae. Per questo è stato attivo durante la manifestazione, con una grandissima

### GLI ORGANIZZATORI

«Le società esaminano centinaia di profili prima di scegliere un candidato»

affluenza, un servizio di correzione ed assistenza ad hoc. **Alessandro Pivi**, organizzatore Job Meeting: «Il curriculum è determinante, è lo strumento principale di conoscenza. Le aziende ne raccolgono a centinaia e funge da filtro iniziale. Contano più di tutto la facoltà universitaria e il voto di laurea, poi le esperienze passate e la conoscenza dell'inglese. Viene valutata la sintesi e la tranquillità di chi scrive: si deve trasmettere la fiducia in se stessi». Rendere accessibile il proprio profilo alle potenziali aziende interessate è il passo successivo: segnaliamo quindi appositi portali internet come Viadeo e LinkedIn.

LA FILOSOFIA del «farsi conoscere» per lavorare è ben rappresentata dal progetto di «Tesonline.it», sito nato nel 2000, che raccoglie già più di 35mila tesi di laurea. Costituisce per molti neo-laureati il primo passo nel mondo della promozione personale. Il fondatore, **Christophe Sanchez**: «Le tesi di laurea hanno vita breve: i 10 minuti della discussione. Si tratta invece di letteratura importante e qualificata, uno studio allo stato dell'arte di uno specifico argomento. Riguarda materie che si intende continuare ad approfondire, magari anche dal punto di vista lavorativo. Condividerla quindi su internet rappresenta il modo perfetto per farsi pubblicità ed affacciarsi nel mondo professionale». Dunque, buon «personal branding» a tutti.

(Le foto degli intervistati e quelle in alto sono di Alberto Fraccon)



## HANNO DETTO

“



**Andrea Begliuomini**  
Risorse umane Tagetik

**Vendiamo software:  
cerchiamo persone anche  
non esperte, ma curiose e  
con la voglia di imparare**

“



**Davide Colombo**  
Neolaureato in legge  
**Un'iniziativa di questo  
genere deve essere più  
pubblicizzata, prima di  
tutto dall'Università**

“



**Alessandro Pivi**  
Organizzatore Job Meeting

**Un consiglio:  
dal curriculum devono  
trasparire capacità  
di sintesi e tranquillità**

“



**Fiorenza Galeotti**  
Formazione «Fideuram»

**Offriamo un percorso  
di specializzazione per  
professionisti nel campo  
del private banking**



### FOLLA

**Da sinistra: la presentazione del curriculum; giovani in coda per un colloquio allo stand Piaggio; uno degli incontri per lo scambio di informazioni (Foto Corsini)**



### **CHRISTOPHE SANCHEZ (tesionline.it)**

**«CONDIVIDERE LA PROPRIA TESI SU INTERNET  
E' COME PRESENTARSI CON UN ORIGINALE BIGLIETTO  
DA VISITA E VALORIZZARE IL PROPRIO LAVORO»**