

Ottantacinque università si sono dotate di un ufficio per accompagnare i neolaureati

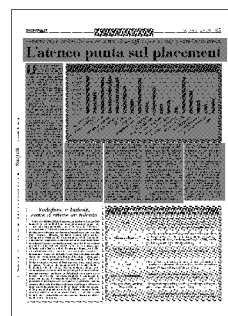
# L'ateneo punta sul placement

**U**n ruolo crescente nel favorire l'incontro tra domanda e offerta di lavoro è svolto 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.

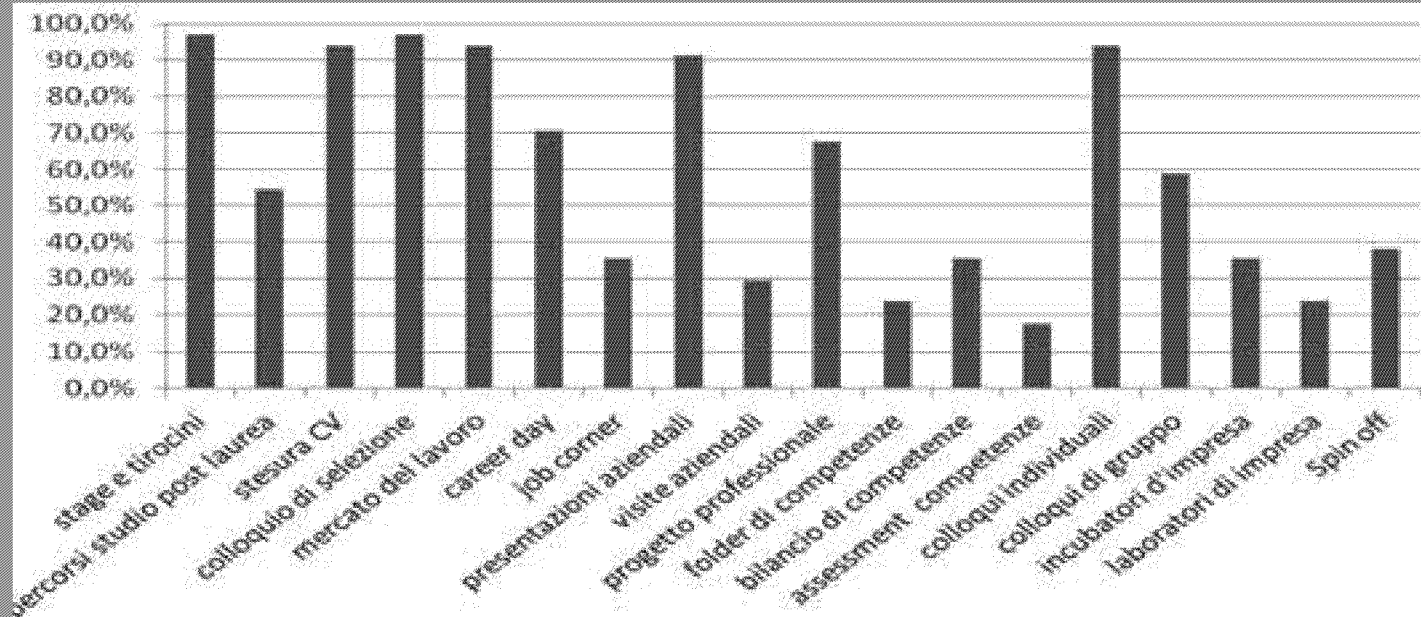
**Il placement universitario.** A oggi sono 85 gli istituti sul territorio italiano dotati di un proprio ufficio placement. «A livello di sistema paese si tratta di una pratica molto giovane che risale a circa sette anni fa, sulla scia dell'esempio dei paesi anglosassoni che hanno svolto il ruolo di apripista in quanto dotati di un sistema universitario che nasce in raccordo con le imprese», spiega Tommaso Aiello, ideatore della Borsa del placement e ceo di Emblemata, 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 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». Le lacune nel sistema però non mancano. «Nelle zone dove sono presenti meno aziende gli uffici placement andrebbero aggregati. Inoltre, 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», conclude Aiello.

**Le iniziative sul campo.** Tra i progetti attivati sul territorio nazionale spicca quello di Soul, piattaforma per la gestione delle attività di placement che riunisce otto atenei della regione Lazio. In particolare, attraverso un sito internet ad hoc ([www.jobsoul.it](http://www.jobsoul.it)) gli studenti possono inserire il proprio curriculum e visionare le offerte delle aziende. Nato nel 2008, Soul conta oggi circa 77 mila curricula e 6 mila opportunità di lavoro pubblicate. Spostandosi in Lombardia, invece, si chiama Bicocca Spring il servizio avviato dall'ateneo milanese che prevede una serie di incontri (circa una decina ogni anno) con le aziende per tutti

gli studenti dell'ultimo anno di triennali e magistrali in cui le imprese parlano dei profili ricercati e offrono suggerimenti e indicazioni utili. Sempre a Milano, l'ufficio placement dell'università Cattolica mette a disposizione dei propri iscritti anche simulazioni di colloquio per prepararli alle selezioni di lavoro. Offre servizi ad hoc ai propri laureati anche la Luiss tramite incontri con il mondo delle imprese, career day periodici e un servizio di assesment con specialisti del recruiting. La Liuc di Castellanza, invece, prevede un personal career advisor che si occupa di seguire ciascun laureato nel suo percorso professionale. Si chiama, invece, JobGate, la piattaforma on-line della Bocconi riservata ai propri studenti dove è possibile consultare le opportunità di stage e lavoro in Italia e all'estero. Career day, organizzazione di stage, seminari sui temi del lavoro, consulenze e coaching sono infine alcune delle attività messe in campo dall'università di Siena in favore dei propri laureati che si avviano al mondo del lavoro. Quest'ultima coordinerà anche la task force europea degli atenei appartenenti al gruppo di Coimbra (una rete che raggruppa 40 università europee), che ha il compito di favorire l'ingresso dei laureati nel mondo del lavoro.



### Attività realizzate dai servizi di job placement



Fonte: Isfol

### Le iniziative di placement sul campo

<b>Soul</b>	Piattaforma per la gestione delle attività di placement che riunisce otto atenei della Regione Lazio che permette, attraverso un sito internet ad hoc ( <a href="http://www.jobssoul.it">www.jobssoul.it</a> ), di inserire il proprio curriculum e visionare le offerte delle aziende
<b>Bicocca Spring</b>	Prevede una serie di incontri (circa una decina ogni anno) con le aziende per tutti gli studenti dell'ultimo anno di triennali e magistrali in cui le imprese parlano dei profili ricercati e offrono suggerimenti e indicazioni utili
<b>Ufficio placement dell'università Cattolica</b>	Mette a disposizione dei propri iscritti simulazioni di colloquio per prepararli alle selezioni di lavoro
<b>Luiss</b>	Offre servizi ad hoc ai propri laureati tramite incontri con il mondo delle imprese, career day periodici e un servizio di assesment con specialisti del recruiting
<b>Liuc di Castellanza</b>	Prevede un personal career advisor che si occupa di seguire ciascun laureato nel suo percorso professionale
<b>JobGate - Università Bocconi</b>	Piattaforma online dove è possibile consultare le opportunità di stage e lavoro in Italia e all'estero
<b>Università di Siena</b>	Il servizio placement offre career day, organizzazione di stage, seminari sui temi del lavoro, consulenze e coaching