

La ripresa economica in Germania, nel corso del 2011, ha fatto sì che gli studenti tedeschi possano guardare con ottimismo alle proprie prospettive di carriera. Oltre il 75% del campione considera le prospettive del suo futuro “promettenti” o “molto promettenti”, in particolare gli studenti in ingegneria. In un confronto internazionale, il 57% dei laureati stimano la propria abilità competitiva migliore rispetto al passato. Questa tendenza è chiaramente associata alla competitività delle aziende tedesche, in merito alle quali la maggioranza di coloro che hanno risposto (76%) è ottimista. Le aspettative dei futuri occupati sono ugualmente alte in Germania: gli studenti esprimono una netta preferenza per le aziende in grado di offrire ulteriori opportunità di formazione e possibilità di crescita.

Queste sono alcune delle conclusioni della nona edizione del “Continental Student Survey” 2012 riferite ai neo-laureati in ingegneria, in scienze naturali ed in economia, pubblicato dal Gruppo tedesco fornitore internazionale nel settore auto motive. Continental ha commissionato all’Infas - Istituto di Scienze Sociali Applicate - un sondaggio su un campione di circa 1.025 studenti sulle loro personali opinioni sulla carriera, il mondo del lavoro e le questioni accademiche ad esso collegate. Un ulteriore focus di questa edizione ha riguardato le sfide e le opportunità dell’economia, della politica e della società.

In questo caso è emersa una netta tendenza: quattro su cinque intervistati (82%) ritiene che le aziende abbiano una particolare responsabilità sociale, e soltanto una parte crede che le aziende abbiano una responsabilità limitata ai soli azionisti.

L’81% degli intervistati fa appello ai cittadini e ai politici affinché lavorino insieme per creare una economia equa. La maggior parte (70%) ritiene che un’equa distribuzione delle risorse sia la più grande sfida globale del prossimo anno.

“Le candidature rivolte alle aziende che operano in un mondo globale sono molto cambiate negli ultimi cinque anni: in passato, il successo economico era il fattore di maggiore appeal per una azienda, mentre oggi le imprese sono viste sempre più quali parti integranti della società. Ciò significa che l’attenzione di un’azienda verso l’ecologia e la sostenibilità sociale è altrettanto considerata” commenta il Direttore delle Risorse Umane Elke Strathmann Continental.

Oltre ad una posizione professionale interessante (57%) e condizioni contrattuali quali il contratto a tempo indeterminato (41%) e l’orario fisso (30%), i criteri chiave per la scelta del lavoro includono sempre più la possibilità di conciliare professione e vita privata (91%). In un contesto che privilegia le relazioni e la famiglia, c’è una minore propensione anche in Germania alla mobilità all’estero: nel 2012, solo un intervistato su 20, nella ricerca del lavoro, si dice entusiasta all’idea di poter lavorare lontano dal suo paese.

Tuttavia, gli studenti oggi riconoscono l'importanza di un'esperienza sul campo: mentre, sino al 2007, erano sempre meno gli studenti che portavano a termine il tirocinio, nel 2012 quasi due terzi dichiarano di aver completato una internship nel proprio paese. Nel tempo, i tirocini (14%) e i semestri accademici (13%) all'estero hanno riacquisito popolarità. Come per il mondo del lavoro, la conoscenza e l'esperienza internazionale stanno diventando via via più importanti anche nell'ambiente universitario (2007: 28%; 2012: 34%). Ciò è particolarmente vero per coloro che studiano economia e business (50%).

Altro elemento degno di riflessione è che, nel confronto internazionale, le ragazze intervistate hanno valutato le proprie opportunità di carriera, conoscenza acquisita e vantaggio personale nella competizione lavorativa peggiori rispetto alle valutazioni dei propri coetanei maschi.

Le donne hanno un forte bisogno di lavorare sulla propria autostima, perché nella realtà eccellono negli studi, ottengono migliori risultati scolastici e maturano maggiori esperienze di tirocini. E' anche evidente che il trend verso un corretto equilibrio tra vita lavorativa e vita sociale è ora divenuta una reale aspettativa.

Continental Italia attenta alle risorse umane

Lo studio commissionato da Continental analizza il mondo dei neo-laureati in ottica tedesca, e gran parte delle risultanze ha valenza anche al di fuori dei confini germanici. Ma cosa succede in Italia?

Nel nostro Paese non si è, per una serie di ragioni, così portati all'ottimismo. Nonostante le continue rassicurazioni di una prossima ripresa, le difficoltà di approccio al mondo del lavoro dei giovani diplomati e laureati è una realtà con cui bisogna a tutt'oggi fare ancora i conti. Non giova neppure la mentalità prettamente italiana della maggior parte dei giovani a voler restare ancorati al suolo natio. Solo i più coraggiosi ed intraprendenti guardano a sistemazioni all'estero, privilegiando ovviamente i paesi dotati di un'economia più forte che valorizzino le nuove risorse: si parla di Germania, Svizzera e Stati Uniti, ma sta cominciando a diffondersi anche l'interesse per le economie dell'Asia, in particolare la Cina.

Nel contesto nazionale, Continental Italia SpA - sede italiana del quarto gruppo mondiale nel settore dei pneumatici per autotrazione e maggior produttore europeo di coperture per autovetture - presta molta attenzione alle risorse umane: la formazione e la cultura sono aspetti decisivi sia nella valutazione dei candidati che nella strategia di crescita degli occupati.

“Continental Italia SpA è una società commerciale, per cui ha una struttura snella che conta un organico di circa 130 maestranze sul territorio nazionale.” afferma Cristina Gobbato, Human Resources Manager dell’azienda milanese. “La nostra paternità tedesca ci pone sul mercato in una maniera forse più organizzata di molte aziende italiane, e pertanto ci presentiamo come una società particolarmente strutturata. A fronte di una maggiore penetrazione nel mercato segue sempre un adeguamento delle risorse ai nuovi parametri. Ovviamente privilegiamo la cultura e crediamo nell’importanza dei crediti formativi quando affrontiamo l’assunzione di una nuova risorsa, ma non scartiamo comunque l’aspetto legato all’esperienza ed alla persona nel suo insieme. Attraverso l’opportunità di offrire stage ai neolaureati riusciamo ad individuare le risorse più in linea con le nostre esigenze aziendali”.

Continental Italia SpA nel 2011 ha accresciuto il suo organico del +5% rispetto all’anno precedente, che già aveva segnato nuovi ingressi nella società. E’ un dato piacevolmente in controtendenza rispetto ad un mercato che proprio negli stessi periodi segna un processo di recessione sensibile sul territorio nazionale.

Anche i dati sulla redemption degli stage sono positivi: su undici giovani che hanno prestato servizio in Continental Italia SpA nel 2011, due hanno finalizzato la loro esperienza con un contratto a tempo indeterminato.

Il rapporto maschi-femmine in Continental è ancora orientato verso le figure maschili con un rapporto 65% vs 45%, ma va considerato che la società è una azienda commerciale con una preponderanza di personale dedito alla vendita di un prodotto -il pneumatico- rivolto ad una sfera trade prettamente maschile: il gommista, il ricambista, il concessionario, il meccanico.

Nell’ambito prettamente impiegatizio, se si considerano le maestranze di sede, il rapporto privilegia le figure femminili (57%) rispetto alle maschili (43%).

Anche le aspettative di crescita seguono la politica di valorizzazione delle risorse umane in atto in tutto il Gruppo: nel periodo da inizio 2011 a inizio 2012 la percentuale di crescita professionale in Continental Italia SpA è stata del 13%.