

**NEWS**

Creatività &amp; Marketing | R.P.

23/01/2013

# Ferpi, i dati della ricerca su comunicazione, università, giovani e mondo del lavoro

**La comunicazione rappresenta per il mondo dell'impresa (73%) una professione di riferimento**

## **Visual Comunicazione**

[www.visualcomunicazione.com](http://www.visualcomunicazione.com)**Vuoi aprire uno studio grafico professione in franchising?**

Scegli Tu! ▶

Ferpi, Federazione Relazioni Pubbliche Italiana, in collaborazione con **Unimonitor.COM** La Sapienza e la Facoltà di Economia-Università di Roma Tor Vergata, ha realizzato la prima ricerca sul tema della comunicazione, i giovani, le università e il mondo del lavoro su un campione di 130 aziende, italiane e multinazionali, e il coinvolgimento, tramite questionario, di oltre 700 giovani comunicatori in Italia. Obiettivo della survey è stato quello di mettere a confronto, nell'ambito del settore della comunicazione, esigenze, comportamenti, opinioni, scelte, problemi, dei giovani pronti a fare il loro ingresso nel mondo del lavoro e delle imprese che li selezionano. Le Università e i loro uffici placement, rappresentano per il mondo del lavoro, l'interlocutore principale e privilegiato attraverso il quale attingere i nuovi comunicatori. La scelta da parte delle imprese nell'individuare i candidati più adatti da inserire nelle loro funzioni di comunicazione passa attraverso vari percorsi. Il 34% degli intervistati ha infatti dichiarato che sceglie il comunicatore fra i laureati in Marketing/Economia, il 19% fra i laureati in Comunicazione, il 27% fra i masterizzati in Comunicazione e Marketing, solo il 5% in tecnologia e new media. La destinazione di funzione più gettonata rimane l'area della comunicazione istituzionale, seguita dalla comunicazione di prodotto, dalle relazioni pubbliche, dall'organizzazione di eventi ecc. Più della metà dei giovani inseriti con contratto entry-level, riceve un reddito lordo annuo fissato tra i 15 e i 30 mila euro. Le imprese quindi tendono a investire da subito sui giovani talenti, che considerano nella maggioranza dei casi, adeguatamente preparati. Li formano e tendono a valorizzarsi nella crescita interna. Come è invece il mondo del lavoro in comunicazione visto dai giovani? Dai dati raccolti emerge prima di tutto che alla maggior parte dei neolaureati, in occasione della loro prima esperienza lavorativa, viene offerto un contratto di stage, prevalentemente retribuito o, in molti casi, direttamente un contratto a progetto, con obiettivi ben precisi da raggiungere. Le attività da loro svolte però talvolta si discostano dai settori che interessano e per i quali hanno studiato, l'inizio passa il più delle volte da un percorso commerciale. L'insoddisfazione tra i giovani pertanto non è più legata solo al tipo di contratto somministrato, quanto piuttosto alla mansione proposta o svolta. Per questo motivo tendono a cercare un nuovo lavoro in un settore diverso. Quello che fa la differenza è possedere una preparazione e una forte motivazione: i 130 manager intervistati hanno dichiarato infatti che i giovani maggiormente frizzanti e che ben coniugano la relazione tra mondo accademico e mondo del lavoro, sono quelli che più richiamano l'attenzione e incuriosiscono. Dalla ricerca emerge inoltre un altro dato molto interessante che riguarda le associazioni professionali: i giovani intervistati infatti ritengono che il ruolo occupato da federazioni come Ferpi, sia molto importante in termini di crescita, formazione e valorizzazione professionale. Dato questo confermato anche dai comunicatori più senior, che vedono le associazioni di categoria come un ottimo bacino di raccolta per lo scambio di esperienze, idee e progetti. Emerge quindi chiara la disponibilità a partecipare attivamente alla vita associativa, offrendo un contributo esperienziale, modellato secondo i tempi e l'impegno richiesto. "È la prima volta che Ferpi - afferma Simonetta Pattuglia, Delegato Nazionale Ferpi Università e docente Tor Vergata Economia, titolare della ricerca sulle aziende - porta a compimento una ricerca ad ampio raggio sul collegamento fra professionalità della comunicazione e mercato del lavoro. In un momento in cui il futuro dei giovani è uno dei nodi su cui si giocherà il futuro del nostro Paese, questa ricerca si offre come una bussola di orientamento per imprese, giovani e università. Siamo pertanto orgogliosi che ben 130 aziende di grande brand e tantissimi laureati abbiano aderito". "Il mondo del lavoro - ha dichiarato Daniele Salvaggio, delegato nazionale Ferpi Giovani - è oggi più che mai centrale nel rinnovamento e nella crescita del nostro Paese ed è importante non dimenticarsi quanto conti la relazione tra chi prepara i futuri professionisti e chi investe su di loro. Ferpi, attraverso questa ricerca, ha voluto porre l'attenzione su quello che imprese e giovani comunicatori desiderano trovare sul mercato in termini di competenze, approccio e relazione. All'Università il grande compito di fare rete tra domanda e offerta. Conta la preparazione, crea valore la motivazione, da visibilità e scambio esperienziale, l'appartenenza ad associazioni professionali". Entrambe le ricerche sono scaricabili sul sito [www.ferpi.it](http://www.ferpi.it)