

# Lavorare in Italia? Il 73% degli stranieri dice sì

## LO STUDIO

Un sondaggio Iseo registra il grado di attrattività del nostro Paese all'estero: l'interesse maggiore per UniCredit, Fiat e Ferrari

■ Un lavoro in Italia? Sì, grazie. È la risposta che hanno dato il 73% dei 488 studenti, laureati in economia, ingegneria, legge e scienze sociali, provenienti da 213 tra le più importanti università del mondo e da 89 nazioni, che hanno partecipato all'Iseo Summer School. Il nostro Paese si delinea dunque come un mercato del lavoro interessante per i giovani stranieri, nel dettaglio più per i ragazzi (85%) che per le ragazze (60%).

Tra i più decisi a fare le valigie ci sono i sudamericani (100% di risposte positive) mentre i risultati più segmentati si sono ottenuti tra gli studenti europei che hanno espresso il 73,5% di pareri positivi, mentre quelli negativi arrivano all'8,8% e le risposte degli indecisi al 17,6 per cento.

Il rischio di una scarsa crescita professionale e la maggiore attrattività esercitata da altri Paesi, che potrebbero offrire opportunità di lavoro migliori, sono i due scogli più grandi che bloccano gli studenti dallo scegliere di fare un'esperienza lavorativa nel nostro paese (21,4% ognuna). Non meno importanti sono da considerare poi l'elevata tassazione alla quale si è sottoposti in Italia (14,3%) e il basso livello di remunerazione (7,1%).

Ma quali sono le aziende italiane più conosciute tra gli studenti intervistati? In testa Fiat e Ferrari (12,9% ciascuna), seguono Alitalia (8,4%), Benetton (7,7%) e UniCredit (7,7%).

Le risposte degli studenti hanno mostrato un significativo indice di coerenza sia scomponendo il dato sulla base della loro origine geografica che sulla base dell'ambito di studi di provenienza.

Ma qual è stata la società ita-

liana più gettonata? Gli studenti potevano indicare rispettivamente tre nomi dall'elenco delle trenta aziende italiane più rappresentative che gli sono state sottoposte. Sulla base di questo criterio, l'azienda italiana complessivamente più citata dagli studenti intervistati è risultata essere UniCredit Banca che ha raccolto l'11,2% delle citazioni. In seconda posizione Fiat e Ferrari (8,2% entrambe). Quarta si segnala Intesa SanPaolo (6,7%). Quinta Eni che ha raccolto il 6% delle citazioni.

Quanto alle ragioni che hanno motivato la scelta, in testa la leadership intesa come reputazione e prestigio del marchio e l'innovazione intesa come investimento in Ricerca & Sviluppo.

Queste due motivazioni hanno infatti raccolto rispettivamente il 33,3% e il 31,3% delle preferenze. Tra gli altri elementi anche l'apprezzamento per le buone condizioni di lavoro. Mentre l'attrattività del territorio e dello stile di vita non sembra invece esercitare un sufficiente richiamo concentrando solo il 6,3% delle preferenze.

In coda allo studio l'aspetto della formazione. Agli studenti è stato infatti chiesto perché hanno scelto l'Italia come sede formativa. La risposta più ricorrente è relativa all'opportunità di incontrare «illustri economisti» (31%), registra inoltre una buona percentuale «il dibattito su tematiche di forte interesse e attualità» (26,8%).

È interessante sottolineare che, in questo caso, l'attrattività del territorio italiano dal punto di vista paesaggistico e dello stile di vita, fattore che è risultato quasi irrilevante al fine di una possibile scelta lavorativa, ha invece un peso significativo nella scelta della scuola di formazione. I richiami alla bellezza del territorio italiano compaiono infatti nel 26,8% delle risposte.

R. La.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

