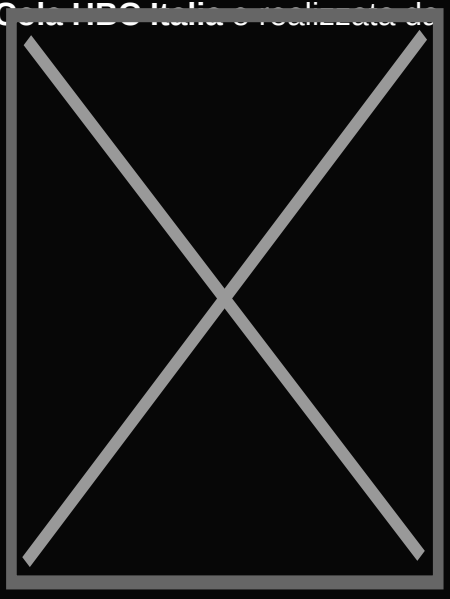
#YouthEmpowered, ecco come i millennials valutano le aziende

youthempowered-dde89be1

Emotional appeal, ambiente di lavoro e performance finanziaria: questi i primi tre elementi considerati dai **millennials** nella **selezione delle aziende a cui inviare il proprio curriculum vitae**, emersi dalla ricerca "**Le dinamiche di selezione, valutazione, scelta degli studenti universitari verso potenziali employer**" promossa da **Fondazione Coca-Cola HBC Italia** e realizzata da **LUISS Business School**.



[caption id="attachment_125249" align="alignleft" width="227"]

Giangiacomo Pierini[/caption]

"Fondazione Coca-Cola HBC Italia è da sempre al fianco dei ragazzi attraverso progetti e attività educative, il sostegno alle istituzioni scolastiche e alla ricerca universitaria – spiega **Giangiacomo Pierini**, vicepresidente della Fondazione e direttore Relazioni Istituzionali e Comunicazione di Coca-Cola HBC Italia –. Il rapporto tra imprese e giovani generazioni appare oggi prioritario e questo studio fornisce un supporto alle aziende per comprendere meglio **quali contenuti risultano più interessanti, con quali strumenti comunicarli e come supportare i giovani nell'ingresso del**

mondo del lavoro. I temi emersi sono parte integrante del progetto #YouthEmpowered, avviato da Coca-Cola HBC Italia per fornire ai giovani una preparazione al mercato del lavoro. L'iniziativa, oltre a moduli formativi interattivi online, prevede incontri con le persone dell'azienda, che possono testimoniare direttamente i valori e l'ambiente lavorativo in cui operano ogni giorno, elementi che secondo la ricerca svolta da LUISS Business School risultano essere di primaria importanza per gli studenti".

La ricerca di LUISS Business School, che ha visto la partecipazione di oltre 900 studenti universitari di un'età compresa tra i 18 e i 29 anni, evidenzia come i giovani prendano in considerazione diversi fattori nella scelta di potenziali employer, che possono essere identificati in sei macro aree:
• **emotional appeal**: atteggiamento emotivo verso l'impresa;
• **prodotti e servizi offerti**: valore percepito attraverso l'esame dei prodotti e/o servizi;
• **vision e leadership**: percezione della vision dell'azienda e del suo management;
• **workplace environment**: opinione sul modo di lavorare dell'impresa e sull'ambiente lavorativo offerto ai dipendenti;
• **performance finanziaria**: valutazione della stabilità finanziaria;
• **social responsibility**: atteggiamento in relazione all'impegno di carattere sociale, etico e ambientale.

"I ragazzi coinvolti nello studio considerano l'emotional appeal il fattore più importante nella scala di valutazione, inteso come capacità di ispirare fiducia e ammirazione – afferma **Luca Pirolo**, direttore del LUISS Creative Business Center della LUISS Business School – a testimonianza della ricerca di un sistema valoriale a cui aderire, prima ancora di una condizione economica ottimale".

Segue il **workplace environment**: oltre alle politiche retributive, gli studenti considerano sempre più importante il clima lavorativo, la tutela del benessere delle persone, i programmi di formazione e di carriera proposti. I millennials infatti riconoscono alle imprese una funzione formativa che può essere considerata un proseguimento della formazione ricevuta nel contesto universitario.

Anche la categoria **performance finanziaria** ha registrato un valore positivo, con particolare riferimento alle prospettive di crescita dell'azienda, davanti a componenti più concrete come il livello retributivo offerto e la qualità dei prodotti.

La ricerca fornisce anche indicazioni rispetto alle modalità con cui gli studenti cercano **informazioni** sulle aziende: al primo posto risulta **l'esperienza di altri consumatori**, favorita sempre di più dalla diffusione di apposite piattaforme web. Le **ricerche di notizie online** seguono al secondo posto,

mentre al terzo si attestano i **premi ricevuti** dall'azienda e le classifiche in cui il brand compare, segno di una spiccata capacità valutativa delle giovani generazioni.

In conclusione, risulta fondamentale per le aziende attivare modalità di comunicazione e di inserimento che permettano a chi si affaccia al mondo del lavoro di valorizzare al meglio le competenze acquisite durante il percorso accademico, oltre al proprio talento.

È in questo contesto che nasce il progetto **#YouthEmpowered** di Coca-Cola HBC Italia: un'iniziativa dedicata ai giovani tra i 16 e i 30 anni per supportarli nella conoscenza delle proprie attitudini e nell'acquisizione di competenze necessarie per il mondo del lavoro. #YouthEmpowered prevede **una serie d'incontri di formazione in tutta Italia** a cui parteciperanno i dipendenti dell'azienda e di società partner, che metteranno a disposizione dei giovani le proprie competenze professionali, fornendo consigli e illustrando i percorsi di carriera all'interno delle aziende.

Fondamentali nello sviluppo del progetto sono le nuove tecnologie utilizzate da giovani in questa fascia d'età e centrali per poter veicolare loro i contenuti del programma in modo interattivo. Per questo è stato realizzato un **portale di e-learning**, **www.youthempowered.it**, che permetterà di accedere a **moduli di formazione di Life Skill**, con consigli e attività interattive per comprendere al meglio i propri punti di forza e debolezza, imparando a svilupparli e a gestirli in modo efficace, ad esempio durante un colloquio di lavoro. Il sito includerà anche un **modulo di Business Skill**, utile per il passaggio dal mondo dell'istruzione a quello del lavoro o per sviluppare una propria idea imprenditoriale. In particolare, gli utenti potranno approfondire alcuni concetti come la gestione di un progetto e le relative scadenze, le tecniche di negoziazione e la comprensione di un bilancio finanziario.