



SAPIENZA
UNIVERSITÀ DI ROMA

INDAGINE VUETEL ITALIA

I FUTURI PROFESSIONISTI DELLE TELECOMUNICAZIONI INTERNAZIONALI? INTRAPRENDENTI, DECISI A LAVORARE ALL'ESTERO, ORIENTATI VERSO CINA E INDIA, MA FIDUCIOSI NEL RUOLO CHIAVE CHE PUO' AVERE L'ITALIA NELLE TLC

È questa l'immagine che emerge da un'indagine di VueTel Italia sul rapporto tra giovani e mondo del lavoro nelle Telecomunicazioni, presentata oggi alla Facoltà di Economia dell'università La Sapienza.

Roma, 5 maggio 2016 – Tre studenti su cinque sceglierebbero con convinzione una possibile carriera nelle telecomunicazioni, ritenendolo uno dei settori in crescita (58,82%). Più della metà degli intervistati reputa infatti di avere una conoscenza buona o sufficiente del settore e valuta positivamente la possibilità di una carriera internazionale lavorando all'estero, in modo particolare le donne. Cina e India sono i paesi che si ritengono a maggiore potenziale di crescita per le telecomunicazioni. Non viene comunque a mancare la fiducia nei confronti dell'Italia. La maggior parte degli studenti crede infatti che il nostro Paese possa ricoprire un ruolo sempre più importante nel panorama delle TLC a livello internazionale.

È quanto emerge da un'indagine di **VueTel Italia**, secondo operatore internazionale di telecomunicazioni che opera nel mercato dei servizi *wholesale* voce e dati, sul rapporto tra giovani e mondo del lavoro nelle Telecomunicazioni presentata questa mattina alla **Facoltà di Economia dell'Università La Sapienza** di Roma. Soltanto meno di uno studente su cinque (18,82%) lavorerebbe nel settore in assenza di alternative, mentre per il 6,27% degli intervistati le TLC sono addirittura considerate una scelta prioritaria per il proprio futuro lavorativo. L'indagine ha coinvolto un **campione di 400 studenti universitari**, di cui il 42,75% ragazze e il 57,25% ragazzi, dell'**ultimo anno della triennale** (50,59%) e del **primo** (17,25%) e **secondo anno della magistrale** (32,16%), intervistati con metodologia *face-to-face* nel mese di febbraio.

VueTel Italia ha recentemente avviato con la Facoltà di Economia dell'Università La Sapienza una partnership per avvicinare gli studenti al settore delle telecomunicazioni ed orientarli alle opportunità professionali che può offrire. Quello di oggi è solo il primo di una serie di incontri, in programma per tutto il 2016, mirati a presentare ai giovani italiani una finestra sul mercato delle telecomunicazioni internazionali. L'evento si inserisce nell'ambito di **Campus TLC**, un progetto di responsabilità sociale con cui VueTel Italia vuole favorire l'ingresso dei giovani nel mondo del lavoro.





SAPIENZA
UNIVERSITÀ DI ROMA

“Grazie alla collaborazione con VueTel Italia, la Facoltà di Economia de La Sapienza intende sempre più permettere ai giovani che stanno per affacciarsi al mondo del lavoro di confrontarsi concretamente con manager specializzati, scoprire quali opportunità professionali esistano e cosa significhi lavorare in settori strategici com’è quello delle telecomunicazioni”, commenta Fabrizio D’Ascenzo, Delegato del Rettore per i rapporti con le imprese e il mondo del lavoro Università La Sapienza – L’attenzione verso il futuro dei giovani fuori dall’università e il rapporto con le imprese si conferma dunque come vocazione forte del nostro ateneo. L’università è infatti il luogo privilegiato di incontro tra aziende e professionisti del futuro. Facoltà ed imprese devono dialogare il più possibile per mettere in connessione i giovani con il variegato mondo del lavoro”.

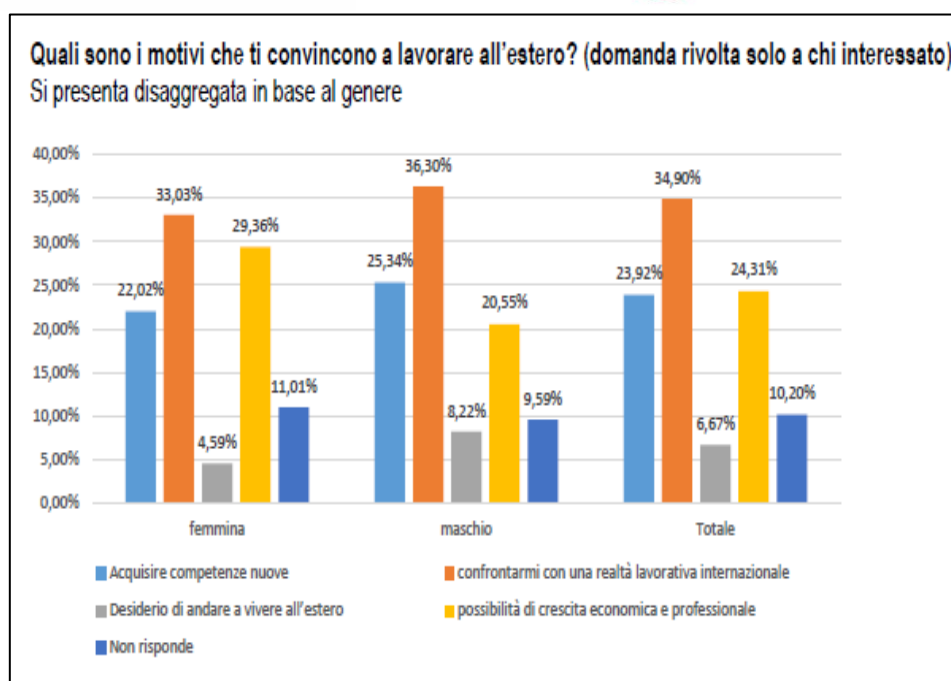
I risultati dell’indagine

La ricerca mostra come il mondo delle Telco, ancora un po’ tutto da esplorare sotto il profilo professionale, eserciti in realtà un forte *appeal* tra i giovani che stanno per affacciarsi al mondo del lavoro. Il 64,84% lo considera un’opportunità interessante essendo il settore in crescita.

“Dall’indagine emerge come il mondo delle telecomunicazioni sia di fatto conosciuto dalla maggior parte degli studenti, confermando il dato secondo cui il settore è in grado di esercitare un forte *appeal* sui giovani che considerano la possibilità di lavorare all’estero una chance di crescita professionale molto rilevante – commenta Giovanni Ottati, Ceo di VueTel Italia– Il campione intervistato è inoltre consapevole del fatto che le Tlc risultino essere un settore fortemente competitivo che richiede lo sviluppo continuo di competenze, strumenti e processi di analisi e gestione di dati, oltre che la capacità di confrontarsi in un ambiente multiculturale e multilingue”.

Un’**esperienza lavorativa all’estero** viene valutata positivamente dalla quasi totalità degli studenti. Solo uno su dieci non prenderebbe mai in considerazione l’ipotesi di una carriera internazionale. Tra i motivi che spingono a guardare fuori dai confini nazionali, per il 34,9% degli intervistati convince soprattutto l’opportunità di potersi confrontare con una realtà lavorativa internazionale, seguita dalla possibile crescita economica e professionale e dall’occasione di acquisire nuove competenze (entrambe 23,92%). Da non sottovalutare anche la presenza di una minima ma significativa percentuale (6,67%) di studenti spinti da un vero e proprio desiderio di andare a vivere all’estero.





L'area privilegiata è la "Cindia", considerata da ben tre studenti su cinque (62,89%) uno dei luoghi a maggiore potenziale di crescita per le telecomunicazioni. Seguono poi gli Stati Uniti (16,02%), il Sud America (13,28%) e l'Africa (7,81%). In questo scenario, non viene comunque a mancare la fiducia nei confronti dell'Italia. La maggior parte (58,82%) crede, infatti, che il nostro Paese possa ricoprire un ruolo sempre più importante nel panorama delle TLC a livello internazionale, contro un 29,41% di coloro che ritengono che l'Italia non abbia carte da giocare in questo ambito, soprattutto se messa a confronto con paesi più sviluppati.

I numeri della ricerca sembrano smentire il *cliché* dello studente di economia necessariamente orientato ad un futuro nella finanza o nel settore fiscale. Gli ambiti di maggiore interesse restano, comunque, il commerciale ed il marketing, considerati una vera vocazione per il 57,81% degli studenti della facoltà. Uno su quattro lavorerebbe volentieri anche in ambito tecnologico nell'area Research & Development (23,83%), mentre meno attrattiva sembra esercitare una carriera nelle risorse umane (18,36%).

Interessante è anche la valutazione delle cosiddette *soft skill*, ovvero le caratteristiche personali giudicate più influenti per lavorare nel settore. Il 38,82% degli studenti ritiene che, più di tutto, sia rilevante un **elevato grado di intraprendenza**. Completano il profilo del "perfetto esperto di telecomunicazioni" una buona attitudine al *problem solving* (33,20%) ed una forte

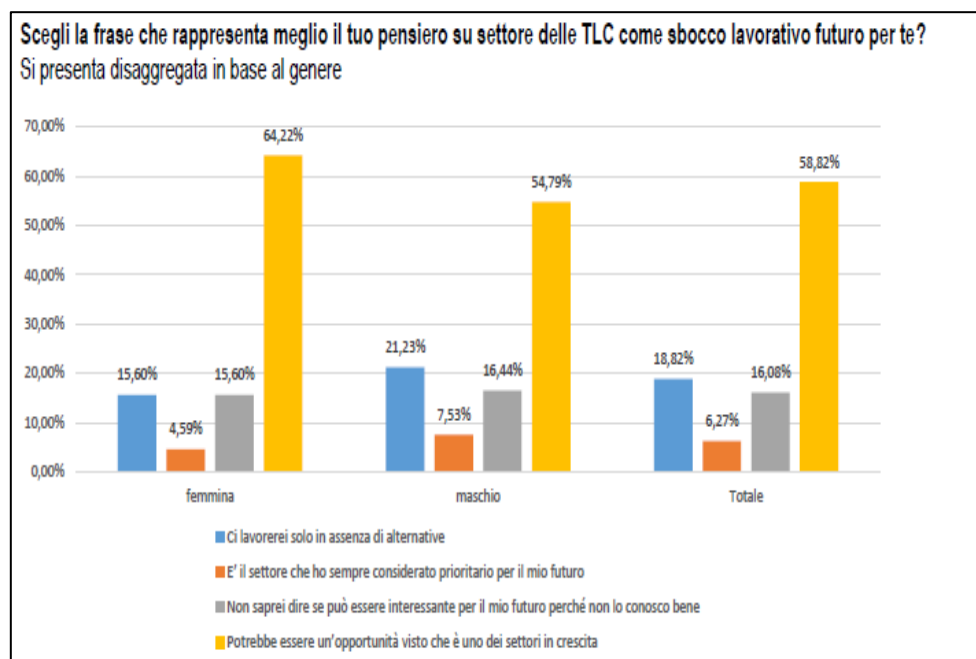
determinazione (19,14%). Considerata solo di secondaria importanza, invece, l'autonomia (8,98%).

Circa uno studente su tre (28,91%) reputa buono il proprio livello di conoscenza del settore, la metà degli intervistati (50,39%) lo considera sufficiente e l'11,72% ritiene scarsa e quindi insufficiente la propria preparazione in ambito TLC. Mediamente alto il livello di conoscenza dell'inglese: buono/ottimo per il 51,56% degli studenti, sufficiente per il 39,84% e scarso per l'8,59%. Per quanto riguarda la formazione scolastica, forte è la presenza di studenti provenienti dai Licei, circa il 73,05%, mentre il 21,48% arriva dagli Istituti Tecnici.

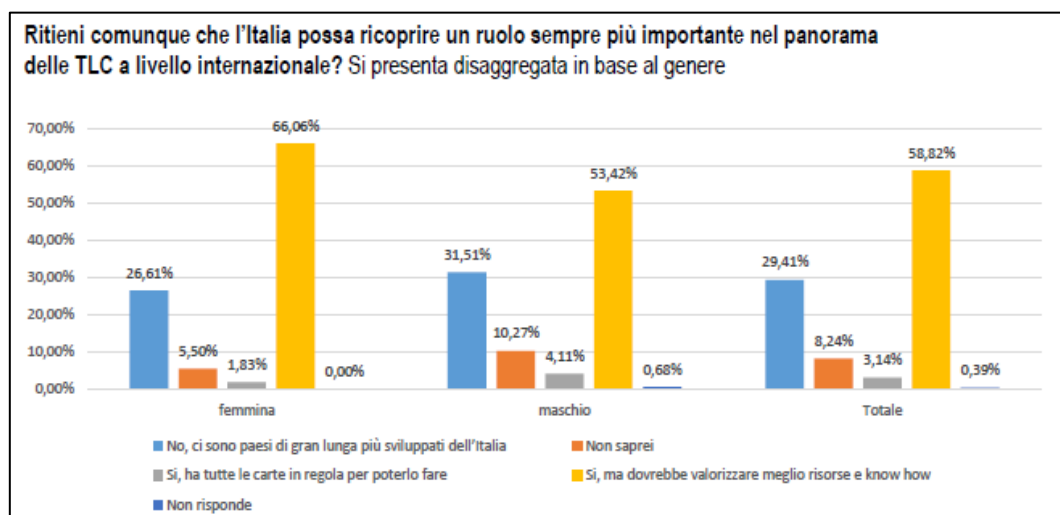
Le giovani studentesse sono più determinate e propense a viaggiare

Una lettura più approfondita dell'indagine mostra come la conoscenza del mondo TLC si declini diversamente in base al genere. Le studentesse risultano essere molto più *self-confident* degli studenti sulle competenze base che possiedono nei confronti del settore, tendenza che si riflette anche nella suddivisione uomo-donna sulle aspettative di realizzazione professionale nell'ambito delle telecomunicazioni.

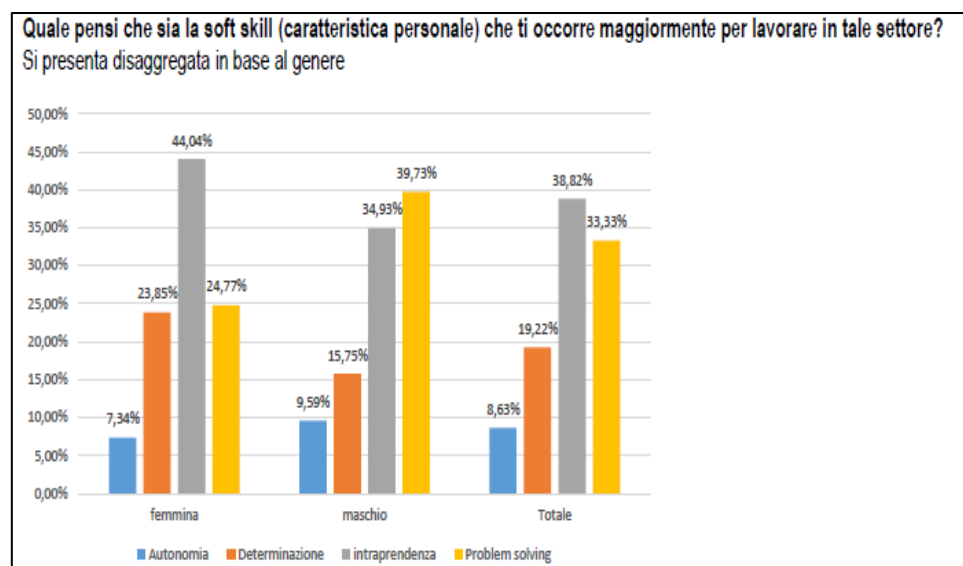
I dati rivelano, infatti, che il 64,22% delle studentesse intervistate ritiene che lavorare nelle telecomunicazioni sia un'opportunità da cogliere mentre il 4,59% ha sempre considerato il settore come il proprio naturale sbocco professionale. Dall'altra parte, tra gli studenti maschi è il 54,82% a ritenere che il settore sia interessante per lavorarci a cui si aggiunge un 7,53% che ha sempre pensato di costruire la propria carriera nelle telecomunicazioni.



Sono sempre le studentesse a mostrare una maggiore propensione a viaggiare (il 56,88% rispetto al 47,95% tra i ragazzi) e, soprattutto, un maggiore ottimismo sul futuro del ruolo chiave dell'Italia nello scacchiere internazionale (il 66,06% femminile contro il 53,42% maschile).



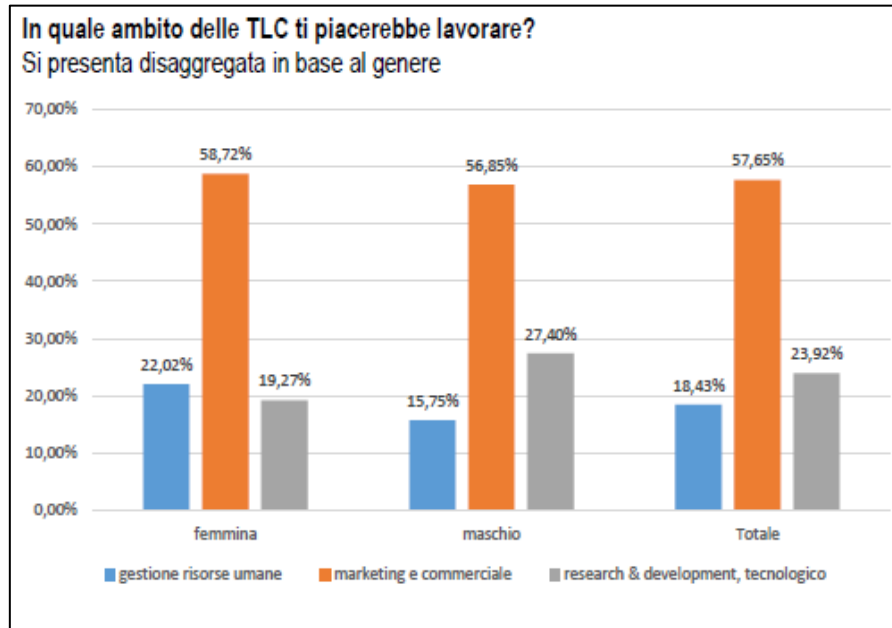
Diverso poi è tra i due generi anche l'approccio nei confronti delle *soft skill* principali da acquisire. Le donne valutano l'intraprendenza come una leva indispensabile per lavorare nel settore, mentre gli uomini credono in misura maggiore nel *problem solving*.





SAPIENZA
UNIVERSITÀ DI ROMA

Infine, si rilevano discrepanze anche nella scelta delle aree professionali. Entrambi i sessi mostrano una spiccata preferenza per il marketing, ma se i ragazzi mettono al secondo posto l'ambito dello sviluppo tecnologico, le ragazze privilegiano la gestione delle risorse umane.



“I requisiti che le persone devono avere per avere successo in questo settore sono soprattutto il coraggio e la volontà di operare in ambienti fortemente dinamici ed in continua evoluzione. Per tali ragioni, VueTel Italia ha scelto di investire sui giovani appena laureati – continua Ottati - Dal 2012 ad oggi, il numero dei dipendenti in azienda è triplicato, con un trend di crescita nell’ultimo anno del + 31,8% rispetto all’anno precedente. Per i prossimi mesi, inoltre, è previsto un ulteriore ed importante ampliamento dell’organico”.

