

Ma in troppi scelgono il marketing

Snaidero Cucine e Università. È un legame molto forte quello che da alcuni anni lega una delle più rinomate aziende friulane con l'ateneo friulano. Moltissimi sono gli studenti della facoltà di Economia che decidono di svolgere qui il loro periodo di tirocinio. «Crediamo molto nella politica del tirocinio- spiega Julian Troian, direttore della Gestione del personale- perché lo stage affiancato alla formazione universitaria permette di avere uno stretto contatto con il mondo lavorativo. I giovani nel loro periodo alla Snaidero vivono in prima persona tutti i processi della macchina organizzativa di questa azienda contribuendo alla gestione delle mansioni e all'organizzazione di eventi importanti come la manifestazione Eurocucina che si svolgerà in aprile a Milano».

In realtà una delle difficoltà maggiori nell'inserimento degli studenti deriva dal fatto che quasi il 70% dei tirocinanti sceglie l'area del marketing a dispetto dei settori più specia-

lizzati. «Facciamo fatica- conferma infatti Troian- a trovare ragazzi disposti a lavorare nell'ambito dell'informatica, dell'ingegneria meccanica e nell'amministrazione. Questo forse deriva da un fraintendimento di quelle che sono le competenze del marketing le quali non si limitano all'aspetto grafico ma riguardano un'ampia panoramica di contenuti».

Una carriera maggiormente specializzata appare dunque come il biglietto da visita più accreditato per l'inserimento nel mercato del lavoro. A conferma di ciò è il fatto che negli ultimi tempi è calato il numero di tirocinanti assunti dalla Snaidero proprio a causa di un sovraffollamento nel campo del marketing.

Appare molto buona la preparazione di base con cui gli studenti iniziano ad affrontare i mesi di tirocinio. «Accanto alla formazione universitaria che è il punto di partenza-conclude Troian- è molto importante per il proprio futuro coltivare l'aspetto pratico e il contatto diretto con l'azienda». (v.z.)