

Assumere neolaureati: cosa promettono le grandi aziende italiane ai candidati

In questa release della newsletter abbiamo analizzato gli annunci di lavoro rivolti ai neolaureati, per capire cosa promettono le grandi aziende ai giovani in ingresso nel mercato del lavoro e, soprattutto, quali elementi possano rendere una *job offer* realmente competitiva.

Tra le molte evidenze emerse, ecco alcune delle più importanti:

- Le big della consulenza e del mondo digital (Deloitte, KPMG, BIP, PwC e EY) sono le aziende "da battere" nell'attrazione di talenti. Queste aziende pubblicano da sole quasi metà degli annunci analizzati e cercano due tipi di profili prevalenti: quelli di area economico-finanziaria-tributaria (consulenti finanziari, tributaristi, etc), e quelli di area tech (sviluppatori).
- La metà degli annunci di lavoro analizzati porta il candidato a un tirocinio, mentre solo il 7% promette un contratto a tempo indeterminato (un rilevante 36% non fornisce alcuna informazione sulla tipologia di rapporto di lavoro). Questo rende la stabilità contrattuale un possibile elemento di forte differenziazione per le aziende che vogliono attrarre giovani talenti.
- Flessibilità e lavoro da remoto non sono (contrariamente a quanto spesso si sostiene) elementi determinanti per attrarre neolaureati. Pesano invece di più la possibilità di acquisire competenze, la stabilità lavorativa e l'accesso a percorsi di crescita e carriera.

Nella newsletter precedente abbiamo analizzato gli annunci di lavoro pubblicati in Italia da un campione di 252 grandi aziende appartenenti a diciannove diversi settori, scoprendo che il 93% delle *job offer* analizzate non offre informazioni sul salario al candidato.

Per questa release della newsletter siamo partiti dallo stesso campione, ma approfondendo un altro tema: quello del reclutamento di neolaureati e neolaureate, allo scopo di capire cosa le grandi imprese in Italia promettono oggi ai giovanissimi in fase di reclutamento, e su quali elementi si giochi la competizione tra aziende per attrarre talenti. L'esercizio ha un valore immediatamente spendibile nella quotidianità delle organizzazioni, in quanto permette di capire cosa offrono queste grandi aziende ai candidati e di individuare gli ingredienti essenziali che rendono un annuncio di lavoro competitivo.

Le aziende leader per ricerca di neolaureati: Deloitte e KPMG in testa

Dei 49.490 annunci di lavoro pubblicati su LinkedIn nel 2025 dalle grandi aziende analizzate, solo 2.060 (il 4% del campione) sono rivolti esplicitamente all'assunzione di giovani che hanno appena conseguito (o stanno per conseguire) il titolo di laurea.¹

¹ Sono stati classificati come annunci rivolti ai neolaureati solo quelli che nella descrizione contenevano almeno una tra le seguenti parole chiave: neolaureat; neo laureat; recent graduate; new graduate;

Contatti

info@talentsventure.com
www.talentsventure.com/osservatorio



Questo primo dato è già di per sé interessante: nel mercato del lavoro analizzato non sembra esserci una forte attenzione al reclutamento di neolaureati. Tuttavia, se analizziamo i singoli settori di provenienza degli annunci, emerge un'altra evidenza notevole: la ricerca di neolaureati è oggi concentrata nelle mani delle aziende del mondo Digital e della Consulenza, alle quali può essere ricondotto il 44% degli annunci censiti. Sono, in particolare, alcuni "colossi" all'interno di questo settore a distinguersi nel tentativo di assumere ragazzi e ragazze freschi di laurea: Deloitte, KPMG, BIP, PwC e EY (Tab. 1).

Il dato appena mostrato potrebbe apparire *scontato*. Nelle precedenti newsletter abbiamo già visto come queste aziende siano particolarmente attive nel reclutamento di talenti. Ma per quanto intuibile, questo risultato ha un'implicazione pratica e immediata per il resto del mercato: quando in Italia un'organizzazione - di qualunque dimensione - intende avvicinare i giovani neolaureati con azioni di reclutamento *ad-hoc* (in particolare profili con competenze *digital* e *business*), deve tenere presente che quei candidati stanno probabilmente già valutando proposte di carriera da grandi aziende. Per questo, l'annuncio di lavoro dovrà essere abbastanza competitivo da reggere il confronto con le offerte di questi colossi.

Al lato delle big della consulenza, altri due settori appaiono relativamente più attivi di altri nel reclutamento di giovani laureati. Sono il settore dell'Automotive & Trasporti, e quello di Banca & Finanza.² Nel primo si distinguono Brembo, Ferrovie dello Stato e Ferrari; nel secondo, Banca Mediolanum.

Azienda	N. annunci dedicati a neolaureati (2025)	Quota sul totale degli annunci dedicati ai neolaureati (2025)
Deloitte LLP (New York)	333	16%
KPMG SpA	200	10%
Banca Mediolanum SpA	145	7%
LIDL Italia SRL	131	6%
Business Integration Partners SpA	125	6%
Pwc Italy	113	5%
Brembo SpA	107	5%
Gruppo Lactalis Italia SpA	81	4%
Barilla G. e R. Fratelli SpA	44	2%
Edison SpA	38	2%
Ferrovie dello Stato Italiane SpA	36	1,8%
Leonardo SpA	36	1,8%
Ferrari SpA	32	1,6%
Ernst & Young Global Ltd.	24	1,2%
BV Tech SpA	23	1,1%

Tabella 1. Numero di annunci di lavoro per neolaureati pubblicati su LinkedIn (2025; Top15).

Fonte: elaborazione Osservatorio Talents Venture su dati Revelio Labs

laureand; recently graduate; neolaureand. Occorre notare che l'esercizio, così condotto, ha consentito di concentrare l'analisi non sulle figure "entry level" in generale, ma solo su quelle a cui è stata esplicitamente richiesta una laurea.

² È escluso da questa considerazione il settore Siderurgia & Metallurgia perché ospita un numero di 3 annunci per neolaureati su 26 annunci complessivi. Abbiamo scelto di considerare solo i settori in cui gli annunci per neolaureati sono almeno 100.

Quali sono i profili (e le competenze) più contesi?

Nel paragrafo precedente abbiamo chiarito chi sono i “leader” nell’attrazione di giovani laureati e laureate. Ma quali sono i profili e le competenze più ricercati da queste aziende? Abbiamo ricondotto le figure professionali richieste in queste *job offer* alla tassonomia ESCO, la classificazione di riferimento in Europa quando si parla di professioni. Il risultato è che, nella tabella che raccoglie le 20 professioni per cui emerge più domanda (vedi sotto), emergono due categorie di professionisti prevalenti: quelli di area economica-finanziaria-tributaria (ad esempio, il consulente finanziario e il contabile), e quelli di area tecnico-ingegneristica (sviluppatore di software, consulente informatico, data scientist).

Professione	Numerosità di annunci
Consulente finanziario	155
Contabile	119
Funzionario addetto allo sviluppo commerciale/funzionaria addetta allo sviluppo commerciale	80
Addetto ai controlli contabili /addetta ai controlli contabili	77
Tributarista	70
Addetto alle operazioni fiscali/addetta alle operazioni fiscali	49
Assistente di marketing	49
Sviluppatore di software/sviluppatrice di software	48
Assistente alle risorse umane	47
Consulente informatico	42
Data scientist	41
Ingegnere gestionale	41
Analista contabile	38
Consulente di sicurezza	33
Fiscalista	31
Ingegnere logistico	28
Assistente alla catena di fornitura	23
Analista dei dati	21
Ingegnere dell’automazione	20
Consulente di gestione aziendale	19

Tabella 2. Numerosità di annunci per ogni professione (Top20 professioni più ricercate).

Fonte: elaborazione Osservatorio Talents Venture su dati Revelio Labs (LinkedIn).

Andando più a fondo nell’analisi, si possono scandagliare gli annunci di lavoro per capire quali siano le competenze più richieste ai giovani neolaureati. Nei risultati emerge un quadro caratterizzato da due tipi di competenze.

Da un lato, quelle di base o soft. Le *skill* più richieste a un neolaureato sono le capacità comunicative, l’attitudine al lavoro di squadra, la conoscenza della lingua inglese, la conoscenza del pacchetto office.

Dall’altro lato, le competenze tecniche tipiche proprio di quelle professioni che, nelle righe di sopra, abbiamo individuato come più richieste dal mercato. Rientrano in questo gruppo la conoscenza degli strumenti di programmazione (tipiche dei professionisti tech) e quelle di analisi fiscali e di business (più attinenti ai profili di area economico-finanziaria-fiscale). È interessante notare che, tra le 20 competenze più richieste, compaiono il machine learning e il deep learning, segnali di un mercato del lavoro in rapidissima evoluzione.

Professione	Numerosità di annunci
Comunicazione efficace	1.331
Analisi tecnica e funzionale	1.208
Collaborazione e lavoro di squadra	1.128
Lingua inglese - conoscenza generale	1.071
Proattività e intraprendenza	857
Strumenti e applicativi office	693
Strumenti e tecnologie di programmazione	647
Strumenti di analisi e office automation	632
Fiscalità e tributi	609
Analisi di business e reportistica	566
Gestione e metodologie di progetto	556
Analisi finanziaria e modellistica	507
Contabilità e bilancio	470
Sviluppo e analisi software	424
Adattabilità e flessibilità	395
Ingegneria elettronica e automazione	387
Investimenti e gestione patrimoniale	356
Gestione sistemi informativi e competenze generali it	331
Machine learning e deep learning	313
Servizi bancari e finanziari	313

Tabella 3. Numerosità di annunci che menzionano ogni competenza (sono rappresentate le 20 competenze più diffuse). Fonte: elaborazione Osservatorio Talents Venture su dati Revelio Labs (LinkedIn).

Ma cosa viene offerto a questi laureati?

Ora che abbiamo chiarito quali sono i profili e le competenze più richiesti possiamo rispondere alla successiva domanda: cosa offrono queste aziende per attrarre le giovani risorse all'interno dei propri organici?

Innanzitutto, un tirocinio. Benché, infatti, una parte significativa (il 36%) degli annunci non riporti informazioni sulla tipologia di contratto che attenderà il neolaureato, una parte molto rilevante delle *job offer* esaminate (il 48%) propone un tirocinio alla fine della selezione. Solo in pochissimi casi (il 7%) l'annuncio promette un contratto a tempo indeterminato (Fig. 1).

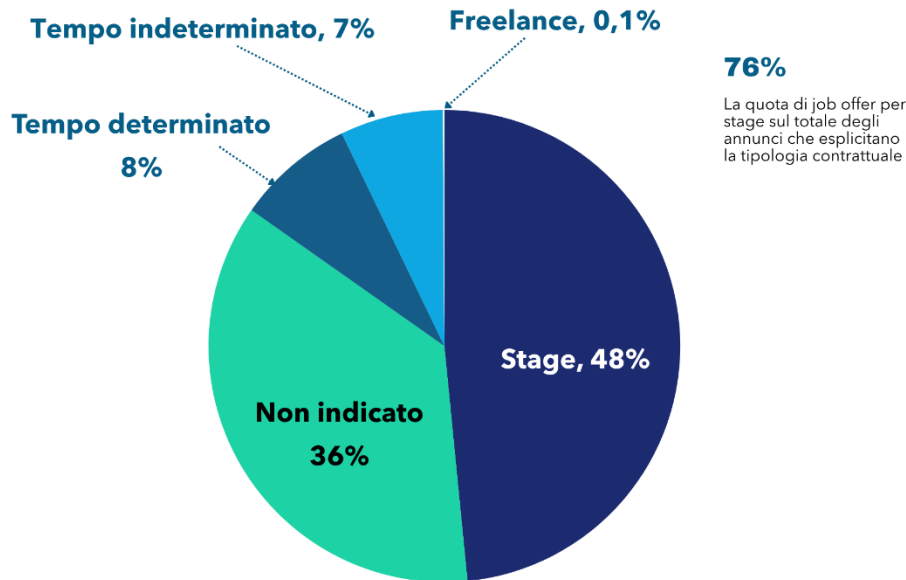
Anche questo risultato ha un'implicazione immediatamente operativa per chi intende avventurarsi alla ricerca di neolaureati: offrire da subito una contrattualizzazione a tempo indeterminato può costituire un enorme vantaggio competitivo per aggiudicarsi i migliori talenti.



LE OFFERTE DI LAVORO PER I NEOLAUREATI

1 ANNUNCIO SU 3 NON SPECIFICA LA TIPOLOGIA CONTRATTUALE

Distribuzione degli annunci di lavoro per neolaureati pubblicati su LinkedIn per tipologia contrattuale (2025)



FONTE: elaborazione L'Osservatorio Talents Venture su dati Revelio Labs.

Figura 1. Distribuzione degli annunci di lavoro dedicati a neolaureati per tipologia contrattuale (2025).

A questo punto verrebbe da chiedersi se, a prescindere dalla formula contrattuale, le offerte di lavoro riportano la retribuzione che attenderà il candidato. Il 91% degli annunci analizzati non restituisce informazioni chiare al riguardo. Questa opacità - come abbiamo rilevato nella release precedente della newsletter - non riguarda solo i profili junior, ma la totalità degli annunci di lavoro, e rende complesso anche ai fini di questa analisi offrire quindi una misura del salario di ingresso riconosciuto a queste figure.

Ci possiamo però limitare ad affermare che, per i pochissimi annunci di lavoro censiti che rimandano a un tirocinio, le informazioni sulla retribuzione riferiscono di uno stipendio medio mensile compreso tra i 600 e i 1.000 euro.

Anche queste (scarse) evidenze hanno una preziosa implicazione immediata: fino a quando la trasparenza salariale non diventerà un adempimento diffuso nel mercato del lavoro, pubblicare informazioni sulla retribuzione nell'annuncio potrebbe costituire un grande elemento di vantaggio per chi intende rendere la propria *job offer* attraente per un giovane laureato.

Oltre il salario e il contratto: il ruolo della flessibilità

Nel dibattito pubblico su come attrarre talenti, la flessibilità - negli orari e nel luogo di lavoro, a partire dallo smart working - viene spesso indicata come uno dei benefit più apprezzati dai giovani lavoratori. A ben vedere, questa tesi trova solo parziale riscontro nei dati.

Nell'indagine annuale sul "Profilo dei laureati", AlmaLaurea interroga i neolaureati sugli "aspetti ritenuti decisamente rilevanti nella ricerca del lavoro"³. Nell'ultima edizione disponibile (XXVIII Indagine del 2026), la "flessibilità dell'orario di lavoro" e il "luogo di lavoro" si collocano rispettivamente in undicesima e decima posizione (in una classifica di sedici voci) tra gli aspetti ritenuti più rilevanti per la scelta del futuro professionale (Tab. 4).

Aspetti ritenuti rilevanti nella ricerca del lavoro	% di rispondenti che ritengono questi aspetti decisamente rilevanti
Acquisizione di professionalità	76%
Stabilità/sicurezza del posto di lavoro	74%
Possibilità di guadagno	72%
Possibilità di carriera	71%
Indipendenza o autonomia	65%
Possibilità di utilizzare al meglio le competenze acquisite	61%
Rapporti con i colleghi sul luogo di lavoro	58%
Coerenza con gli studi	56%
Tempo libero	56%
Luogo di lavoro (ubicazione, caratteristiche fisiche dell'ambiente di lavoro)	51%
Flessibilità dell'orario di lavoro	49%
Coinvolgimento e partecipazione all'attività lavorativa e ai processi decisionali	49%
Utilità sociale del lavoro	49%
Rispondenza agli interessi culturali	43%
Opportunità di contatti con l'estero	42%
Prestigio ricevuto dal lavoro	38%

Tabella 4. Aspetti ritenuti decisamente rilevanti nella ricerca di lavoro.

Fonte: elaborazione Osservatorio Talents Venture su dati AlmaLaurea, XXVIII Indagine sui Percorsi di Laurea (2026).

Nota. La percentuale si riferisce a coloro che hanno risposto "Decisamente sì" alla rilevanza di ciascun aspetto.

Coerentemente con questi risultati, anche le *job offer* pubblicate dai datori di lavoro alla ricerca di giovani neolaureati non sono particolarmente insistenti nel dare pubblicità a eventuali forme di lavoro flessibile: il 63% degli annunci non riporta informazioni sulla possibilità di fare *remote working*, mentre il 9% prevede una posizione interamente in presenza.

Il ruolo degli altri benefit

Ma, allora, cosa offrire a questi giovani per catturarne l'interesse? I dati AlmaLaurea mostrati nel paragrafo precedente evidenziano come alcuni aspetti assumano un peso particolarmente rilevante nella capacità delle aziende di attrarre giovani laureati. I giovani rispondenti chiedono al futuro datore di lavoro tre elementi fondamentali: (1) acquisire professionalità, (2) avere un lavoro stabile e sicuro e (3) avere possibilità di guadagno e carriera.

Chiarite queste priorità, come rispondono i datori di lavoro? Nel totale degli annunci del campione sono complessivamente menzionati quasi 6.300 benefit (sono quindi presenti, in media, più di tre benefit per ogni annuncio), e un'analisi degli stessi mostra una certa coerenza tra queste richieste e quello che offrono le aziende.

I benefit più diffusi sono quelli relativi a "Formazione e Sviluppo professionale". Abbiamo ricondotto a questa categoria tutte le iniziative di formazione continua che promettono al

³ Elaborazione Talents Venture su dati AlmaLaurea, XXVIII Indagine sui Percorsi di laurea (2026)

candidato di sviluppare nuove competenze all'interno del proprio ambito professionale (Fig. 2). Dei quasi 6.300 benefit mappati, 1.743 rientrano in questa categoria.

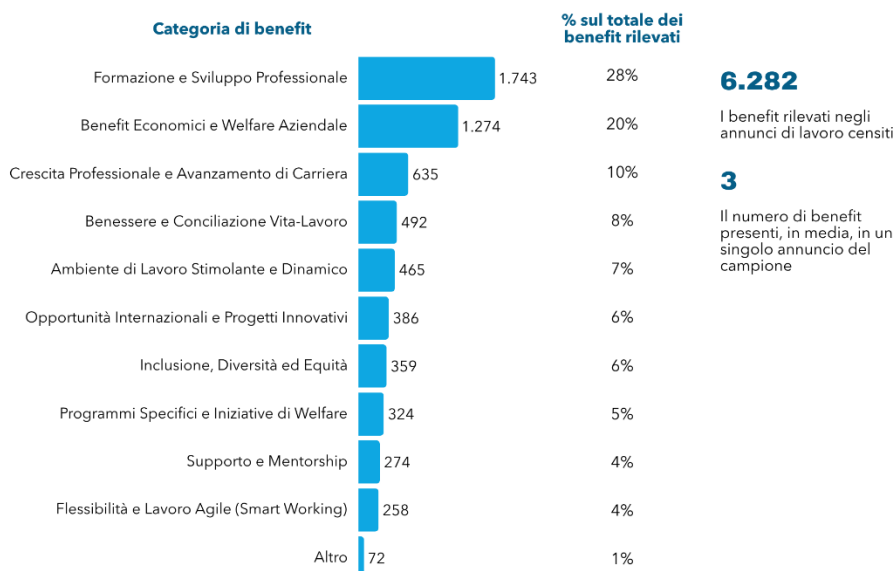
La seconda categoria di benefit più rappresentata (il 20% del totale) è quella dei benefit economici e del welfare aziendale. Appartengono a questa voce tutti i vantaggi offerti dai datori di lavoro al fine di integrare la componente salariale del lavoro. Vi rientrano: welfare integrativo, buoni pasto e mensa aziendale, convenzioni e scontistiche aziendali, e assicurazione sanitaria e assistenza medica. Possiamo interpretare queste iniziative come una risposta al desiderio manifestato dai neolaureati nell'indagine di AlmaLaurea di aggiudicarsi maggiori possibilità di guadagno: pur non traducendosi necessariamente in un aumento diretto della retribuzione, queste misure contribuiscono ad accrescere il valore complessivo del pacchetto offerto al lavoratore.

La terza categoria più rappresentata (vale il 10% dei benefit censiti) fa riferimento alla Crescita professionale e all'avanzamento di carriera. Rientrano in questa voce tutte indicazioni che il datore di lavoro offre rispetto alla crescita di carriera su cui il candidato potrà contare una volta inserito all'interno dell'organico aziendale.

LE OFFERTE DI LAVORO PER I NEOLAUREATI

DALLA FORMAZIONE AL WELFARE: CIÒ CHE VIENE OFFERTO AI NEOLAUREATI

Numero di benefit rilevati negli annunci di lavoro pubblicati su LinkedIn rivolti a neolaureati, per categoria (2025)



FONTE: elaborazione L'Osservatorio Talents Venture su dati Revelio Labs.
Nota: la percentuale fa riferimento al totale dei benefit rilevati negli annunci analizzati. Un annuncio può contenere più di un benefit

Figura 2. Numero di benefit rilevati negli annunci di lavoro pubblicati su LinkedIn rivolti a neolaureati, per categoria (2025).

Tirando le fila: come distinguersi di fronte a un neolaureato

I risultati mostrati in questa analisi consentono di ricomporre un quadro chiaro di cosa significhi oggi rendere un annuncio competitivo agli occhi di un neolaureato. Il punto di partenza è che chi

prova ad attrarre giovani laureati non si muove in un mercato neutro, ma compete con grandi aziende che hanno già una forte capacità di intercettare questi profili e che, in molti casi, presidiano stabilmente il canale del reclutamento junior. Per questo motivo, costruire una *job offer* efficace significa chiarire con precisione quale promessa professionale si sta facendo al candidato.

Dalle evidenze emerse si possono ricavare almeno quattro indicazioni operative:

- **Dare visibilità alle informazioni è già un vantaggio competitivo.** In un mercato in cui una quota molto ampia di annunci non specifica né la forma contrattuale né il salario, fornire queste informazioni può diventare un primo elemento distintivo.
- **La forza della promessa è fondamentale.** Se la maggior parte delle opportunità rivolte ai neolaureati si traduce in un tirocinio, offrire da subito una prospettiva più solida può rappresentare un elemento di forte differenziazione. Un contratto a tempo indeterminato, o comunque una traiettoria contrattuale chiara e credibile, può pesare molto nella scelta di un giovane candidato.
- **Non bisogna assumere che i giovani valutino il lavoro come tutti gli altri lavoratori.** La flessibilità, il lavoro da remoto e l'organizzazione degli orari sono certamente elementi rilevanti nel dibattito sul lavoro, ma dai dati non sembrano essere il terreno su cui si gioca l'attrattiva verso i giovanissimi. Per un neolaureato, l'ingresso nel mercato del lavoro coincide spesso con una fase di costruzione della propria identità professionale: per questo, altri elementi possono risultare più decisivi.
- **L'acquisizione di competenze va resa esplicita.** I neolaureati cercano opportunità che consentano loro di imparare, crescere e costruire professionalità spendibili nel tempo. Per questo motivo, un annuncio competitivo dovrebbe descrivere con chiarezza quali competenze il candidato potrà sviluppare, quali attività svolgerà, in quale percorso sarà inserito e quali prospettive di avanzamento potrà realisticamente aspettarsi.

Nota metodologica

L'analisi si basa sugli annunci di lavoro pubblicati su LinkedIn nel corso del 2025 da un campione di 252 aziende italiane. Il dataset esclude gli annunci duplicati, definiti come annunci che riportano esattamente il medesimo contenuto e pubblicati dalla stessa azienda all'interno di uno stesso trimestre e diretto a una identica area geografica: la rimozione evita che le ripubblicazioni introducano una sovrastima dei conteggi.

Il campione

Il campione comprende 252 aziende italiane e si articola in due componenti:

- 89 aziende quotate tra i maggiori datori di lavoro in Italia, tratte dalla classifica delle società quotate per numero di dipendenti pubblicata da TradingView.
- 163 aziende selezionate secondo un criterio qualitativo, con l'obiettivo di rappresentare una pluralità di settori produttivi non coperti o sottorappresentati nella prima componente.

La prima componente include una quota rilevante dell'occupazione italiana, concentrata nelle imprese di maggiori dimensioni. La seconda estende la copertura settoriale del campione e attenua il peso relativo dei settori in cui le grandi quotate sono più presenti.

I limiti

Il campione è ragionato e non probabilistico: i risultati descrivono le tendenze osservate sul perimetro selezionato e non consentono un'inferenza statistica sull'intero tessuto produttivo italiano. Si segnalano due avvertenze in particolare:

- Il campione include solo aziende attive su LinkedIn in modo continuativo; le aziende che gestiscono la selezione del personale attraverso altri canali non rientrano nel perimetro osservato;
- i settori sono diversificati ma non ponderati secondo il peso effettivo nell'economia italiana.

La prossima Nota dell'Osservatorio Talents Venture

Quanto dura un annuncio di lavoro?

Nella prossima uscita analizzeremo per quanto tempo restano online gli annunci di lavoro pubblicati nel 2025, per distinguere tra posizioni che si chiudono rapidamente e *offerte* che restano aperte per periodi più lunghi.

L'obiettivo? Capire quali profili professionali, settori e aree geografiche registrano un mercato del lavoro più frenetico, al fine di studiare strategie ad-hoc per l'attrazione di specifiche figure professionali.

Per riceverla con la nostra prossima newsletter, [iscriviti qui](#).