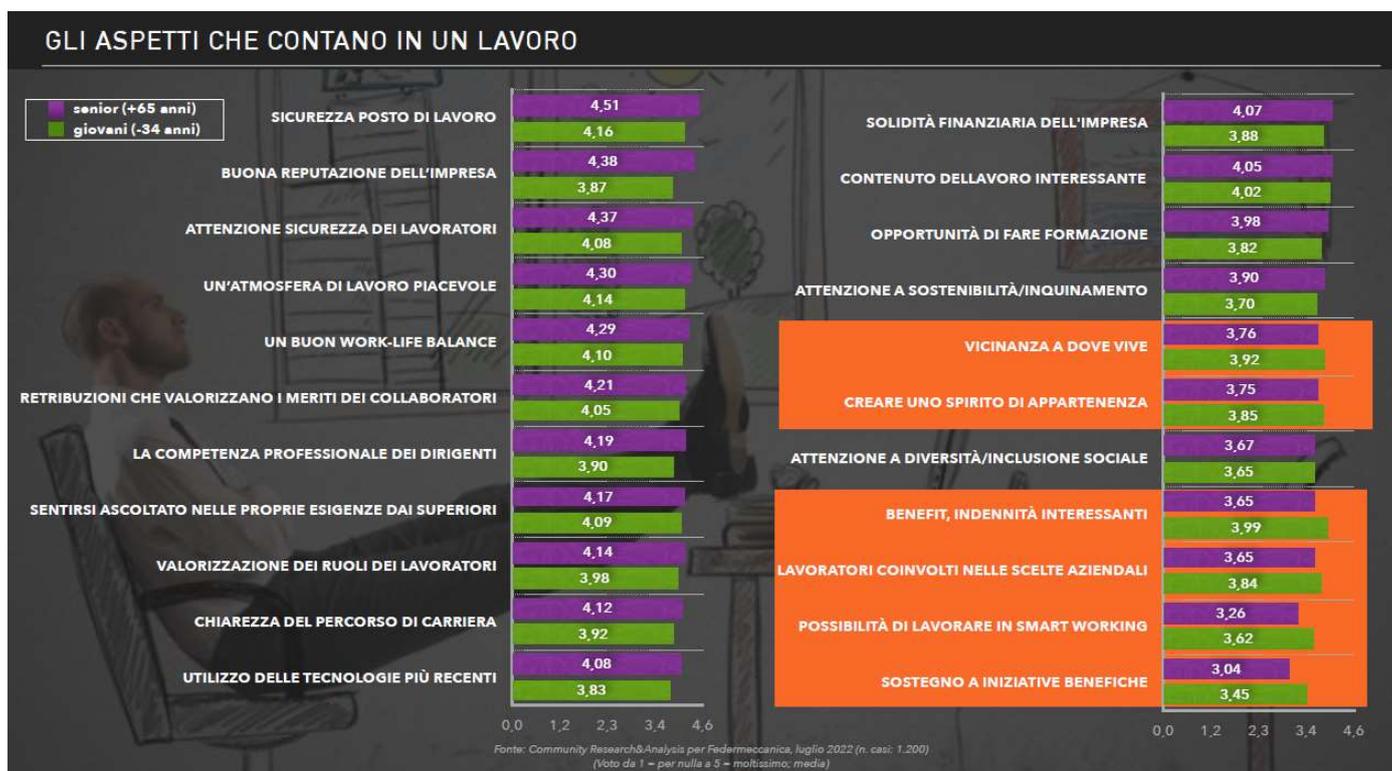


Strategie per rendere le piccole-medie imprese più attraenti per i giovani

PUNTO DI PARTENZA. La constatazione è questa, espressa nell'approfondimento prodotto dall'area studi e ricerche CNA, intitolata "Il mismatch tra domanda e offerta di lavoro: un fenomeno multi-causale. Giugno 2023": <<Le imprese denunciano alternativamente una carenza vera e propria di candidati, una assenza delle competenze richieste, o una indisponibilità ad accettare le condizioni di lavoro offerte.....La situazione assume un carattere paradossale se si considerano i persistenti ed elevati tassi di disoccupazione giovanile e la difficoltà delle imprese nel trovare una soluzione ai loro fabbisogni occupazionali>>.

Altra buona base di partenza per delle riflessioni sono i dati di una ricerca che il prof. Daniele Marini, dell'Università di Padova, ha pubblicato sul tema e che fotografano la situazione odierna.



..... di seguito le nostre riflessioni

Le piccole imprese giocano un ruolo fondamentale nell'economia italiana, ma spesso si trovano a competere con aziende più grandi per attirare talenti. Tuttavia, esistono diverse strategie che possono rendere questa tipologia di imprese più accattivanti agli occhi dei giovani. Di seguito alcune idee e suggerimenti che ci sentiamo di divulgare a tutti i nostri associati e che nascono sia da un'analisi di documentazione pubblica che da ragionamenti fatti negli ultimi mesi negli incontri del nostro gruppo CNA Industria.

1. Cultura Aziendale Innovativa: I giovani cercano spesso un ambiente di lavoro dinamico e innovativo. Le piccole imprese possono distinguersi creando una cultura aziendale che valorizzi la creatività, l'innovazione e l'autonomia. Incentivare la condivisione di idee, implementare progetti innovativi e adottare tecnologie all'avanguardia possono contribuire a creare un ambiente di lavoro piacevole e stimolante. In questo senso possono andare alcuni contributi emersi durante il nostro tavolo di lavoro: organizzare il lavoro per obiettivi, definendo dei KPI ed incentivando e stimolando i dipendenti a raggiungerli; parlare e credere negli aspetti di Sostenibilità, ambientale e non solo, perché sinonimo di visione positiva e con un portato emozionale; far vedere che si è aperti a nuove visioni, all'innovazione. Alcuni esempi: uso di riunioni in cui si valorizzano le opinioni di tutti (brainstorming); dare obiettivi di gruppo (lavoro in team); fare un "Innovation Day" annuale in cui dedicarsi a trovare idee innovative per l'azienda; parlare di futuro, di tecnologia, di investimenti.

2. Opportunità di Crescita Personale: I giovani sono spesso alla ricerca di opportunità di crescita professionale e quindi le imprese più grandi possono sembrare le più adatte. Le piccole imprese devono quindi provare ad offrire programmi di sviluppo delle competenze, formazioni specializzate e, se possono, percorsi di carriera chiari. In questo senso più che la "carriera" le PMI devono valorizzare l'apprendimento e la crescita formativa che possono fornire, per poi far valere la fidelizzazione che solo nelle piccole imprese (ci si conosce, si conoscono i titolari, si diventa quasi una famiglia, un gruppo) si può ritrovare. Nelle PMI si impara un mestiere, si impara una professione, si può pensare un domani di mettersi in proprio. Nel dibattito che abbiamo avuto si possono ricondurre a questa dimensione l'idea di creare un ecosistema giovane (perché i giovani richiamano giovani) e quello di offrire formazione anche su settori non direttamente inerenti la diretta operatività aziendale.

3. Flessibilità e Benessere integrato: La flessibilità nel lavoro è diventata sempre più importante per i giovani. Offrire opzioni di lavoro flessibili, come orari flessibili o la possibilità di lavorare da remoto (smart working o simili), può essere un elemento decisivo per essere scelti. Le piccole imprese possono distinguersi offrendo opzioni che equilibrino lavoro e vita privata, oggi considerati spesso non sullo stesso piano valoriale. Bisognerebbe cercare di creare delle politiche aziendali che puntino al "benessere" dell'individuo anche al di fuori del momento lavorativo: programmi di fitness aziendale, convenzioni con palestre, supporto psicologico per i momenti personali difficili, partnership con professionisti dell'alimentazione, adibire spazi dedicati al relax ecc. Il benessere del dipendente si trasforma in prestazioni più alte della persona e del team e dà valore all'impresa agli occhi di chi cerca un'occupazione. Nel nostro incontro è stata aggiunta la flessibilità oraria in entrata o uscita (laddove possibile).

4. Coinvolgimento Attivo - Sostenibilità: I giovani spesso cercano un impatto sociale nel loro lavoro. Le piccole imprese possono aumentare la loro attrattiva coinvolgendosi attivamente in progetti socialmente responsabili. La Sostenibilità declinata nelle sue ESG (ambientale – sociale –

gestionale) è sicuramente un qualcosa che interessa, coinvolge e scalda i cuori. Questo potrebbe includere partnership con organizzazioni no-profit, iniziative di sostenibilità ambientale e programmi di volontariato aziendale. Comunicare in modo trasparente gli sforzi dell'azienda per contribuire alla società, può suscitare l'interesse dei giovani talenti. Da qui si aprono svariate possibilità di azione: retribuire il tempo dedicato al volontariato, lasciare permessi a chi svolge queste attività, organizzare manifestazioni dedicate, creare un premio aziendale; oppure dimostrarsi particolarmente virtuosi in senso ambientale con il riciclo-recupero, l'eliminazione degli sprechi. Ovviamente poi bisogna creare una campagna di comunicazione che metta bene in evidenza queste buone prassi.

5. Forte spinta sul Digitale: Sfruttare le piattaforme digitali per la comunicazione e la promozione può aiutare le piccole imprese a raggiungere un pubblico più ampio. Utilizzare i social media e i siti web aziendali per raccontare la storia dell'azienda, mostrare la cultura aziendale e condividere successi può quindi aumentare l'attrattiva tra le giovani generazioni. Un'azienda che parla la lingua del digitale è tendenzialmente un'azienda moderna, al passo con i tempi, è percepita come giovane (e i giovani chiamano giovani) e quindi può essere più facilmente cercata. Alcuni esempi di buone attività possono essere: utilizzare i social media per condividere storie di successo dei dipendenti, interviste e dietro le quinte dell'azienda; creare un blog aziendale che affronti tematiche attuali, mostri progetti aziendali e presenti il punto di vista dei dipendenti; sfruttare video e contenuti multimediali per presentare la cultura aziendale in modo coinvolgente e autentico. Nel nostro dibattito abbiamo anche aggiunto il discorso di creare uno storytelling positivo dell'impresa da usare anche nelle fasi di colloquio con i candidati, o ad esempio negli incontri con le scuole, perché comunque il passaparola per le PMI è importante (va considerato marketing aziendale).

In conclusione ed in sintesi, le nostre piccole imprese possono rendere la propria offerta lavorativa più attraente ai giovani talenti adottando strategie avanzate che vadano oltre i metodi tradizionali. Creare una cultura aziendale distintiva, investire in programmi di crescita personalizzati, offrire flessibilità e benessere, coinvolgersi attivamente in progetti socialmente responsabili e utilizzare strategie digitali avanzate sono chiavi per distinguersi sul mercato del lavoro e attrarre i migliori talenti emergenti. Ovviamente poi vanno programmate strategie per comunicare il proprio "essere diversi", in modo da farsi conoscere ed apprezzare al pubblico giovane. Usare il sito ed i canali social, interloquire con le scuole (sia con i ragazzi sia con i professori) partecipando a loro iniziative o all'alternanza scuola-lavoro, attivare una propria rete territoriale (Informagiovani, istituzioni comunali, associazioni presenti sul proprio territorio, pubblicità mirate in alcuni luoghi...), usare le iniziative predisposte anche dalle Associazioni di categoria come la nostra, crearsi una rete di contatti per far circolare nome ed immagine di una piccola-media impresa con voglia di crescere ed essere migliore e più attenta al futuro delle altre.

Data: 20 novembre 2023

Elaborazione: Marcello Mazzera CNA Industria Parma