

Le iniziative messe in campo dalle aziende dirette anche a incrementare la produttività

Il welfare fa rotta sui giovani

Dalla formazione ai voucher per fidelizzare i talenti

Pagina a cura
 DI LUIGI DELL'OLIO

Non solo quadri e manager. Sempre più aziende estendono i servizi che vanno al di là della semplice retribuzione in favore dei profili junior. Perché se è vero che la disoccupazione resta su livelli elevati e non è pertanto difficile reperire risorse sul mercato, è pur vero che la fidelizzazione aiuta a incrementare in maniera sensibile la produttività.

Programmi per neolaureati. A questo proposito va considerato anche un altro aspetto. Con il welfare pubblico che tende a restringersi progressivamente, si crea un crescente bisogno di coperture dai rischi. Mentre, al contempo resta elevato il gap formativo per chi è fresco di studi, ma all'asciutto (o quasi) di esperienza sul campo. Non è un caso se molte delle iniziative si concentrano su questo versante. Come il programma per l'occupazione giovanile J-Next di Geico, gruppo specializzato nella progettazione degli impianti di verniciatura per auto. A fianco di iniziative già consolidate come la palestra aziendale, un'area culturale e di intrattenimento animata da un anfiteatro e da una galleria fotografica, uno spazio di meditazione e una zona bistrò, ha preso il via un programma di formazione per i neolaureati in ingegneria, che prevede già per gli stagisti un periodo di formazione, che per gli assunti viene rafforzato con esperienze presso sedi estere del gruppo, oltre che corsi manageriali, master interni, training informatici e di lingua. «Il ruolo imprenditoriale richiede l'assunzione di responsabilità e la consapevolezza di avere un posto e un'influenza sulla comunità nella quale si opera»,

commenta Ali Reza Arabnia, presidente e ceo del gruppo Geico. «Questo vale sia per la micro comunità dei dipendenti, sia per la macro comunità circostante».

Il nuovo anno si aprirà con la terza edizione del Sanelleggrino Sales Campus Plus, promossa dall'azienda del beverage, che nel 2016 si concentrerà nelle aree vendite, manufacturing e supply chain, dando vita a una serie di iniziative per premiare il merito e potenziare le conoscenze dei giovani alle prese con il mondo del lavoro.

Si chiama «Join the Future» il programma di sviluppo e crescita interdisciplinare e interculturale ideato da Carrel (gruppo che si occupa di soluzioni di controllo per condizionamento, refrigerazione e riscaldamento), un percorso di formazione in aula e tirocinio sul campo della durata di sette mesi in cui giovani neolaureati selezionati avranno l'occasione di sviluppare competenze tecniche trasversali e acquisire capacità di teamworking e gestione del cambiamento, fondamentali per operare in una realtà che opera su scala internazionale. I candidati, seguiti da tutor aziendali, potranno misurarsi in differenti percorsi all'interno delle diverse aree aziendali per scoprire le proprie migliori attitudini professionali con l'opportunità di vivere un periodo in una delle oltre 20 sedi estere del gruppo tra stabilimenti produttivi e filiali commerciali. Il programma riguarda in particolare neolaureati in ingegneria (elettronica, meccanica, informatica e gestionale) e discipline scientifiche, con ottime votazioni e di età non superiore ai 27 anni.

La distanza da colmare. Anche l'ultimo rapporto Almalaurea conferma il gap tra esigenze delle aziende e

preparazione dei neolaureati, soprattutto per quel che concerne l'ambito di attività, le competenze trasversali e gli obiettivi. Il mancato incontro tra domanda e offerta di skill può essere dovuto a diverse cause, tra cui percorsi formativi non adeguati, e un'azione non efficace dei protagonisti del processo di selezione e di reclutamento, come per esempio gli intermediari del mercato del lavoro, che dovrebbero facilitare l'incontro tra le necessità aziendali e l'offerta di competenze da parte dei neolaureati, secondo gli autori del report. Che ricordano come quasi due terzi dei selezionatori aziendali lamentino lo scarso numero di candidature ricevute e quasi la metà segnali la mancanza delle caratteristiche adeguate alla posizione richiesta. Tanto che le aziende nella maggior parte dei casi si dicono disposte a investire in proprio per colmare le lacune. Un impegno che vale soprattutto per quanti ottengono un contratto di apprendistato o di lavoro subordinato (per quanto a termine), più che per gli stagisti, che in molti casi restano nel limbo, in attesa dell'eventuale conferma in azienda.

Il welfare si fa privato. Alla formazione si affiancano sempre più spesso anche iniziative di welfare privato, che vanno a coprire gli spazi lasciati vuoti dalla mano pubblica. Queste misure in genere si applicano a tutti i lavoratori o comunque in maniera trasversale alle categorie, ma assumono una rilevanza maggiore laddove vanno a coprire esigenze primarie. Così il buono per la frequenza dell'asilo da parte dei figli o i buoni spesa anche solo da 100 euro mensili risultano particolarmente utili a chi si trova nelle fasi inizia-



li della carriera e deve fare i conti con stipendi limitati nell'importo. E per le aziende hanno lo stesso costo della somma corrisposta al netto, mentre gli eventuali aumenti salariali richiederebbero uno sforzo doppio alla luce delle imposte da pagare allo

stato. «Siamo alle prese con un cambiamento epocale nei rapporti tra datori e lavoratori, sempre più improntati alla collaborazione», osserva Edoardo Venturini, che cura le relazioni esterne di Sodexo, multinazionale specializzata nella fornitura di

servizi volti a migliorare la qualità della vita nei contesti lavorativi. «Il welfare aziendale in questo senso può essere una leva non solo per rispondere ai bisogni extralavorativi dei collaboratori, ma anche per aumentare la fidelizzazione, e per questa strada accelerare sul fronte della produttività».

Che cosa cercano le aziende

Il mismatch tra ciò che le industrie di marca cercano e ciò che riscontrano nei neolaureati*

